

ESTUDO "PROGRAMA ESTRATÉGICO DE FORMAÇÃO PARA O COMÉRCIO E SERVIÇOS (2014-2020)"

CONFEDERAÇÃO DO
COMÉRCIO E SERVIÇOS
DE PORTUGAL

RELATÓRIO FINAL
MARÇO 2015



FIGHA TÉCNICA**Título**

Programa Estratégico de Formação para o Comércio e Serviços (2014–2020)

Promotor

Confederação do Comércio e Serviços de Portugal /CCP

Autoria

Quatenaire Portugal

Equipa

Paulo Feliciano (Coordenação)

António Figueiredo

Ana Cláudia Valente

Leonor Rocha

Mariana Rodrigues

Lurdes Cunha

Sónia Trindade

Raquel Ferreira

Design

Bernardo Portugal

Sara Soares

ESTUDO "PROGRAMA ESTRATÉGICO DE FORMAÇÃO PARA O COMÉRCIO E SERVIÇOS (2014-2020)"

CONFEDERAÇÃO DO
COMÉRCIO E SERVIÇOS
DE PORTUGAL

RELATÓRIO FINAL
MARÇO 2015



GERAL

Apresentação	9
Breve nota metodológica	13
I.DIMENSÃO RETROSPECTIVA DO DIAGNÓSTICO	17
I.1 Caracterização e Análise da Estrutura e Evolução empresarial no setor	17
I.1.1 Comércio	17
I.1.2 Serviços às empresa	21
I.1.3 Serviços Pessoais, incluindo a Hotelaria e Restauração	25
I.2 Caracterização e análise da estrutura e evolução do emprego no setor	32
I.2.1 Comércio	32
I.2.2 Serviços às empresas	38
I.2.3 Serviços Pessoais, incluindo a Hotelaria e Restauração	44
I.3 Elementos de síntese mais relevantes	50
I.3.1 Comércio	50
I.3.2 Serviços às empresas	50
I.3.3 Serviços pessoais	51
I.4 Caracterização da oferta formativa	53
I.4.1 Formação inicial Jovens	54
I.4.2 Formação contínua	57
I.4.3 Cursos de Educação e Formação de Adultos (2.2.)	58
I.4.4 Formações modulares certificadas (2.3.)	62
I.4.5 Formação para a Inovação e Gestão	65

ÍNDICES

II. DIMENSÃO Prospetiva DO DIAGNÓSTICO	69
II.1 Análise síntese dos diagnósticos produzidos no âmbito de projetos de apoio as PME	69
II.2 Breve leitura do exercício de prospeção de necessidades de qualificações realizado pelo CEDEFOP	75
II.2.1 A resiliência dos serviços no período de crise	75
II.2.2 O contributo dos serviços para o crescimento do emprego em Portugal no horizonte de 2025	76
II.2.3 As necessidades de renovação da mão-de-obra como fator de criação de mais oportunidades de emprego nos Serviços	76
II.2.4 A crescente procura de qualificações nos Serviços	78
II.2.5 Os sectores do comércio, turismo e transportes	81
II.2.6 Os serviços às empresas	83
II.2.7 O sector da saúde e apoio social	85
II.2.8 As oportunidade de emprego nos serviços para as qualificações intermédias no horizonte de 2025	86
II.3 Breve leitura dos resultados do inquérito realizado no âmbito do Estudo de Antecipação de Necessidades de Qualificações	87
II.4 Análise dos resultados do inquérito às empresas do setor especificamente desenhado no âmbito do desenvolvimento do Estudo	92
III. Aprofundamento do diagnóstico: tendências de evolução	99
III.1 O setor dos serviços no contexto de evolução da economia portuguesa	99
III.1.1 A irreversível dimensão transacionável dos serviços globais	99
III.1.2 As Cadeias de Valor Globais	100
III.1.3 A polarização dos empregos	106
III.1.4 Os serviços e o território	108
III.2 Aprofundamento do diagnóstico: aproximação aos diferentes segmentos dos serviços	113
III.2.1 Dinâmicas de mudança no setor dos Serviços às Empresas	113
III.2.3 Dinâmicas de mudança no setor do Comércio e serviços pessoais	121
IV. Programa Estratégico de Formação: principais linhas de aposta	137
IV.1 Leitura Síntese dos impactos nas competências dos serviços às Empresas	137
IV.2 Leitura Síntese dos impactos nas competências do comércio e serviços pessoais	142
IV.3 Alguns elementos conclusivos sobre as necessidades emergentes de formação	145
IV.4 Do mapeamento de qualificações ao mapeamento de competências	152
IV.5 Articulação entre as prioridades formativas e os instrumentos formativos	162
Referências Bibliográficas	170

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura n.º 1 – Evolução do nº de empresas por subsetor do comércio, 2004–2012	17
Figura n.º 2 – N.º de empresas, pessoas ao serviço e volume de negócios por subsetor do comércio, 2012	18
Figura n.º 3 – Distribuição percentual das empresas segundo o escalão de pessoas ao serviço, por subsectores do comércio, 2012	19
Figura n.º 4 – Distribuição geográfica das empresas do setor do comércio, 2012	20
Figura n.º 5 – Evolução do nº de empresas por subsetor dos serviços às empresas, 2004–2012	21
Figura n.º 6 – Distribuição do nº empresas dos subsectores dos serviços às empresas, 2012	22
Figura n.º 7 – N.º de empresas, pessoas ao serviço e volume de negócios por subsetor dos serviços às empresas, 2012	23
Figura n.º 8 – Distribuição geográfica das empresas do setor dos serviços às empresas, 2012	24
Figura n.º 9 – Evolução do nº de empresas serviços de saúde e bem-estar, 2004–2012	25
Figura n.º 10 – Evolução do nº de empresas serviços de restauração, 2004–2012	26
Figura n.º 11 – Evolução do nº de empresas serviços culturais e recreativos, 2004–2012	26
Figura n.º 12 – Distribuição dos serviços pessoais, 2012	27
Figura n.º 13 – Taxas de variação anuais 2004 a 2012	27
Figura n.º 14 – N.º de empresas, pessoas ao serviço e volume de negócios por subsetor dos serviços pessoais, 2012	28
Figura n.º 15 – Distribuição percentual das empresas segundo o escalão de pessoas ao serviço nas empresas de serviços pessoais, 2012	29
Figura n.º 16 – Distribuição percentual das empresas segundo o escalão de pessoas ao serviço nas empresas de atividades dos clubes desportivos e atividades termais, 2012	31
Figura n.º 17 – Evolução do número de pessoal ao serviço por subsectores do comércio, 2004 – 2012	32
Figura n.º 18 – Distribuição do pessoal ao serviço por região geográfica no setor do comércio, 2012	34
Figura n.º 19 – Distribuição dos TPCO por escalão etário no comércio, 2012	35
Figura n.º 20 – Distribuição dos TPCO por habilitações literárias no comércio, 2012	36
Figura n.º 21 – Distribuição dos TPCO por nível de qualificação no comércio, 2012	36
Figura n.º 22 – Antiguidade dos trabalhadores setor do comércio, 2012	37
Figura n.º 23 – Evolução do número de pessoal ao serviço por subsectores dos serviços às empresas, 2004 – 2012	38
Figura n.º 24 – Distribuição do pessoal ao serviço por região geográfica no setor dos serviços às empresas, 2012	40
Figura n.º 25 – Distribuição dos TPCO por escalão etário nos serviços às empresas, 2012	41
Figura n.º 26 – Distribuição dos TPCO por habilitações literárias nos serviços às empresas, 2012	41
Figura n.º 27 – Distribuição dos TPCO por nível de qualificação nos serviços às empresas, 2012	42
Figura n.º 28 – Antiguidade dos trabalhadores dos serviços às empresas, 2012	43
Figura n.º 29 – Evolução do número de pessoal ao serviço por subsectores dos serviços pessoais, 2004 – 2012	44
Figura n.º 30 – Distribuição do pessoal ao serviço por região geográfica no setor dos serviços pessoais, 2012	45
Figura n.º 31 – Distribuição dos TPCO por escalão etário nos serviços pessoais, 2012	46
Figura n.º 32 – Distribuição dos TPCO por habilitações literárias nos serviços pessoais, 2012	47
Figura n.º 33 – Distribuição dos TPCO por nível de qualificação nos serviços pessoais, 2012	48
Figura n.º 34 – Antiguidade dos trabalhadores dos serviços pessoais, 2012	49
Figura n.º 35 – Evolução do número de pessoal ao serviço por subsectores dos serviços pessoais, 2004 – 2012	49

Figura n.º 36 – N.º formandos da ação em Saldo	53
Figura n.º 37 – Volume de formação	53
Figura n.º 38 – Formação Inicial por tipologia	54
Figura n.º 39 – Distribuição do número de formandos por área de formação	55
Figura n.º 40 – Distribuição regional das ações de formação	56
Figura n.º 41 – Distribuição dos cursos de formação contínua por duração, volume de formação e n.º de formandos	58
Figura n.º 42 – Distribuição dos formandos por área de formação	59
Figura n.º 43 – Distribuição regional dos formandos	60
Figura n.º 44 – Distribuição dos formandos por situação face ao emprego	61
Figura n.º 45 – Distribuição dos formandos por nível de formação atingido no final	61
Figura n.º 46 – Distribuição dos formandos por área de formação	62
Figura n.º 47 – Distribuição regional dos formandos	64
Figura n.º 48 – Distribuição dos formandos por situação face ao emprego	64
Figura n.º 49 – Distribuição dos formandos por área de formação	65
Figura n.º 50 – Distribuição Regional dos Formandos	67
Figura n.º 51 – Distribuição dos formandos por situação face ao emprego	67
Figura n.º 52 – Síntese das áreas-problema, por área funcional, numa amostra de empresas participantes no Dinamizar III	73
Figura n.º 53 – Evolução do emprego (000s) por nível de educação, Portugal (2008-2025)	78
Figura n.º 54 – Variação do emprego por segmentos de atividade	88
Figura n.º 55 – Intenções de recrutamento por subsetor de atividade	89
Figura n.º 56 – Os 10 cursos com mais alunos	90
Figura n.º 57 – Os 10 cursos com número intermédio de alunos	90
Figura n.º 58 – Os 10 cursos com menor número de alunos	91
Figura n.º 59 – Articulação entre oferta, intenções de recrutamento (vagas) e volume de emprego	91
Figura n.º 60 – Áreas prioritárias de intervenção para reforçar a competitividade das empresas	93
Figura n.º 61 – Classificação das necessidades de melhoria das áreas funcionais das empresas	94
Figura n.º 62 – Classificação das necessidades de melhoria das competências dos profissionais da Gestão/ Direção	95
Figura n.º 63 – Classificação das necessidades de melhoria das competências dos profissionais das áreas Comercial e Vendas	96
Figura n.º 64 – Classificação das necessidades de melhoria das competências transversais	97
Figura n.º 65 – Serviços com matéria-prima exportada por tipo de serviço (2009, % da matéria-prima exportada)	103
Figura n.º 66 – Cadeia de Valor de serviços offshore	104
Figura n.º 67 – Principais domínios de aposta no domínio do desenvolvimento de competências	151

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro n.º 1 – Entidades entrevistadas	14
Quadro n.º 2 – Formação Total, Inicial e Contínua	53
Quadro n.º 3 – 5 áreas de formação que abrangem o maior número de formandos	54
Quadro n.º 4 – 5 áreas de formação que abrangem menor número de formandos	55
Quadro n.º 5 – Duração média por área de formação	56
Quadro n.º 6 – Duração das ações de formação por tipologia	57
Quadro n.º 7 – Volume de formação por tipologia	57
Quadro n.º 8 – Número de formandos por tipologia	57
Quadro n.º 9 – 5 áreas de formação que abrangem o maior número de formandos	58
Quadro n.º 10 – 5 áreas de formação que abrangem o menor número de formandos	58
Quadro n.º 11 – 5 áreas de formação que abrangem o maior número de formandos	59
Quadro n.º 12 – 5 áreas de formação que abrangem o menor número de formandos	59
Quadro n.º 13 – Duração média por área de formação	60
Quadro n.º 14 – 5 áreas de formação que abrangem o maior número de formandos	62
Quadro n.º 15 – 5 áreas de formação que abrangem o menor número de formandos	63
Quadro n.º 16 – Duração média por área de formação	63
Quadro n.º 17 – 5 áreas de formação que abrangem o maior número de formandos	65
Quadro n.º 18 – 5 áreas de formação que abrangem o menor número de formandos	66
Quadro n.º 19 – Duração média por área de formação	66
Quadro n.º 20 – Listagem de áreas-problema, por área funcional, de uma amostra de empresas participantes no Dinamizar III	71
Quadro n.º 21 – Tendências de emprego por sector em Portugal (2008-2025)	75
Quadro n.º 22 – Oportunidades de emprego por sector em Portugal (2013-2025)	77

Quadro n.º 23 – A estrutura de qualificações nos Serviços em Portugal (2013–2025)	79
Quadro n.º 24 – A variação do emprego nos Serviços por nível de qualificação, Portugal (2008–2025)	80
Quadro n.º 25 – Oportunidades de emprego nos Serviços por nível de qualificação, Portugal (2013–2025)	81
Quadro n.º 26 – Tendências de emprego e vagas previstas nos sectores do Comércio e Distribuição, Transportes e Armazenagem e Alojamento e Restauração em Portugal (2013–2025)	82
Quadro n.º 27 – Tendências de emprego e vagas previstas no Comércio e Distribuição (2013–2025)	82
Quadro n.º 28 – Tendências de emprego e vagas previstas nos Transportes e Armazenagem (2013–2025)	83
Quadro n.º 29 – Tendências de emprego e vagas previstas no sector dos Serviços às Empresas (2013–2025)	84
Quadro n.º 30 – Tendências de emprego e vagas previstas no sector da Saúde e Apoio Social (2013–2025)	85
Quadro n.º 31 – Oportunidades de emprego por nível de qualificação nos Serviços (2013–2025)	86
Quadro n.º 32 – Grandes tendências de evolução no setor dos serviços	111
Quadro n.º 33 – Síntese dos drivers de mudança nos Serviços às Empresas	120
Quadro n.º 34 – Tendências gerais dos drivers de mudança nos Serviços de Apoio à Comunidade e à Família	130
Quadro n.º 35 – Síntese dos drivers de mudança no Comércio e Serviços de Pessoais/Proximidade	135
Quadro n.º 36 – Classificação dos serviços por atividade económica	137
Quadro n.º 37 – Drivers de mudança e principais funções nos Serviços às Empresas	138
Quadro n.º 38 – Serviços às Empresas: competências estratégicas	141
Quadro n.º 39 – Drivers de mudança e principais funções no Comércio e Serviços de Pessoais/Proximidade	143
Quadro n.º 40 – Mapeamento de Qualificações para o Comércio e Serviços	153
Quadro n.º 41 – Mapeamento dos Principais Domínios de Desenvolvimento de Competências	160
Quadro n.º 42 – Identificação das Qualificações / Unidades de Competência / Unidades de Formação Relacionadas que podem apoiar a implementação da estratégia de formação	163

APRESENTAÇÃO

O presente documento integra o Relatório Final do estudo “Programa Estratégico de Formação para o Comércio e Serviços 2014–2020” que a Quaternaire Portugal realizou para a Confederação do Comércio e Serviços de Portugal (CCP). No seu conjunto, o Relatório Final do estudo organiza e apresenta os principais conteúdos elaborados ao longo do desenvolvimento do Estudo tendo por referência o roteiro metodológico estabelecido. O Relatório Final é composto por dois volumes: o **Relatório Base**, a que este documento dá corpo, e o **Relatório Complementar** que reúne os referenciais de competências e formação elaborados no âmbito do trabalho.

O Relatório Base integra os principais conteúdos resultantes do diagnóstico produzido e apresenta as linhas de aposta do programa estratégico de formação desenhado. O Relatório Complementar integra os referenciais de competências e formação de algumas das qualificações identificadas no mapeamento de qualificações do setor e que no âmbito do estudo foram trabalhadas tendo por objetivo iniciar a revisão dos referenciais de qualificação incluídos no Catálogo Nacional de Qualificações de acordo com a metodologia de organização de qualificações baseadas em resultados de aprendizagem.

O percurso do exercício diagnóstico prospetivo incluído no Relatório Base compreende como principais as seguintes quatro etapas:

- i) Uma **análise de pendur retrospectivo** das dinâmicas da atividade económica e do mercado de trabalho no setor que permite sobretudo situar a dinâmica de evolução verificada nos últimos dez anos ao nível das empresas, do emprego e da oferta de formação dirigida ao setor e que se baseia na mobilização de dados estatísticos;
- ii) Uma **análise de pendur prospetivo** que procura situar os principais desafios e necessidades de evolução que intercetam o setor ao nível das condições de competitividade e das necessidades de reforço do desempenho das empresas e organizações do setor, combinando informação de natureza qualitativa e quantitativa recolhida via inquérito;
- iii) Uma **análise mais aprofundada** de pendur prospetivo, sobretudo qualitativa, das dinâmicas de transformação do setor nos planos económico, social, tecnológico e político e dos desafios situados por essa mudança à modernização e afirmação do setor do comércio e serviços;

- iv) Uma **proposta estratégica para o domínio da formação profissional** que procura situar os principais impactos das tendências de mudança identificadas sobre as competências requeridas nas principais áreas funcionais das organizações do setor – gestão, marketing e comercialização e prestação de serviços –, identificar uma proposta de mapeamento de qualificações para o setor e situar os principais domínios de competência a desenvolver no conjunto de segmentos de atividade considerados prioritários tendo em conta o âmbito do trabalho.

A **proposta estratégica para o domínio da formação profissional** apresentada no âmbito do trabalho apenas se considera completa com os conteúdos apresentados no **Relatório Complementar**. Com efeito, os instrumentos aí incluídos – referenciais de competências e de formação –, embora não cubram a globalidade do setor, são fundamentais para obter um resultado mais discriminado das propostas formativas a desenvolver e do modo como se propõe que ela possa ser organizada tanto do ponto de vista das estratégias de formação inicial como de formação contínua. De referir, contudo, que os referenciais desenvolvidos são assumidos como uma proposta de trabalho a submeter a discussão e validação pela Agência Nacional para a Qualificação e Ensino Profissional (ANQEP) aos Conselhos Setoriais para a Qualificação respetivos. Nessa medida, o exercício feito será passível de aperfeiçoamento em resultado da análise e discussão aí promovidas.

Nesta perspetiva, o presente **Relatório Base** compreende:

- Uma leitura, incluída no **Capítulo I**, das dinâmicas empresariais e de emprego no setor, refletindo a evolução recentes que neste plano se tem verificado. Esta análise permite situar as tendências recentes a nível “macro” que têm caracterizado o setor em termos de dinamismo empresarial e do próprio mercado de trabalho, explicitando o impacto produzido pelo contexto de crise económica que se tem vivido.
- Uma leitura, incluída ainda no Capítulo I, do perfil de oferta de formação dirigido ao setor do comércio e serviços ao longo do último ciclo de apoios comunitários. Esta análise centra-se na caracterização dos apoios à formação profissional para o setor no âmbito do Fundo Social Europeu (designadamente através do Programa Operacional do Potencial Humano) na diversidade de medidas por este apoiadas. O financiamento mobilizado via FSE concentra uma fatia muito representativa do investimento público em formação profissional e a sua caracterização permite traçar o perfil dominante da oferta formativa dirigida ao setor ao longo do último período de programação (QREN / 2007–2013).
- O **Capítulo II** do relatório integra um conjunto de análises prospetivas da evolução do emprego e das necessidades de qualificações e competências no setor. Em particular, inclui-se neste capítulo: uma análise de projeções quantitativas para a evolução do emprego realizadas pelo CEDEFOP, uma análise dos resultados do inquérito às empresas promovido pela Quaternaire no âmbito do Estudo de

Antecipação de Necessidades de Qualificações realizado para a ANQEP, a apresentação dos principais resultados do inquérito a empresas especificamente desenhado no âmbito deste estudo e uma leitura síntese dos diagnósticos produzidos pelas equipas de consultores que trabalharam no âmbito do Programa de Formação-Ação coordenado pela CCP.

- O **Capítulo III** inicia-se com uma abordagem ao setor dos serviços no contexto da economia portuguesa, compreendendo um entendimento lato do abrangido na categoria dos serviços, que procura situar problemas, oportunidades e desafios que se colocam ao setor tendo em conta o contexto económico global. Esta abordagem é aprofundada ainda no capítulo III através de exercícios de análise das dinâmicas de mudança e impactos sobre os contextos de competitividade das empresas ao nível dos subsectores do comércio e serviços pessoais e dos serviços às empresas. Trata-se, neste domínio, de desenvolver uma leitura prospetiva das tendências de evolução do setor, de acordo com um conjunto de categorias de análise selecionadas pela relevância que lhe é possível atribuir nesta etapa.
- No quarto e **último capítulo** do estudo cumpre-se a apresentação de uma proposta estratégica no domínio da formação profissional para o setor. A apresentação da proposta compreende os seguintes passos: identificação dos domínios em que estas tendências impactam sobre a evolução do emprego e das qualificações, sistematização dos principais elementos conclusivos resultantes do diagnóstico, identificação de uma proposta de mapeamento de qualificações para o setor; identificação dos principais domínios de competência a considerar em cada segmento de atividade e apresentação global dos referenciais de qualificação desenvolvidos e que dão corpo ao Relatório Complementar.

Na linha do referido acima relativamente às propostas de referenciais elaborados, também a proposta de mapeamento deverá ser submetida a discussão e validação no âmbito da dinâmica de participação associada à gestão do Catálogo Nacional de Qualificações.

Participaram no desenvolvimento do estudo:

Paulo Feliciano (Coordenação)
António Figueiredo
Ana Cláudia Valente
Leonor Rocha
Mariana Rodrigues
Lurdes Cunha
Sónia Trindade
Raquel Ferreira

BREVE NOTA METODOLÓGICA

O Estudo desenvolveu-se com base numa metodologia que cruzou uma abordagem predominantemente quantitativa com elementos de informação qualitativa, sustentada na mobilização de diversos métodos e fontes de informação, nomeadamente a análise estatística e documental, as entrevistas, os inquéritos e os estudos de caso.

A análise documental, cujas principais referências são apresentadas em ponto autónomo do presente documento, apoiou de forma transversal todas as componentes do roteiro analítico desenvolvido, permitindo integrar no Estudo a produção e reflexão mais recentes relativas às tendências e fatores de evolução do setor e impactos nas qualificações e competências.

Adicionalmente, procedeu-se também à análise da informação recolhida no âmbito dos exercícios de diagnóstico realizados no programa formação-ação gerido pela CCP – Programa Dinamizar III. Este exercício trouxe para o Estudo informação aprofundada de 242 empresas do setor, que complementou o diagnóstico do setor com informação relevante e atualizada dos problemas e desafios de desenvolvimento das empresas que constituam esta amostra.

A análise estatística apoiou o exercício de atualização do diagnóstico prospetivo, nas vertentes da caracterização geral do sector, evolução das empresas e dos empregos, incluindo os progressos em matéria de oferta formativa e qualificações.

As principais fontes mobilizadas foram as seguintes: INE, Instituto Nacional de Estatística – Estatísticas do Comércio, Estatísticas das Empresas e Inquérito ao Emprego; MSESS, Ministério da Solidariedade, Emprego e Segurança Social – Quadros de Pessoal; GPEARI – Boletim Mensal da Economia Portuguesa; IEFP, Instituto de Emprego e Formação Profissional – Estatísticas do mercado de trabalho e de formação; POPH, Programa Operacional do Potencial Humano (base de informação relativa aos cursos apoiados).

A utilização de processos de inquirição constituiu um outro elemento relevante da metodologia. Foram utilizados três inquéritos distintos, procurando-se por esta via reforçar e valorizar a informação recolhida diretamente junto das empresas.

Assim, no âmbito do Estudo foi desenhado um inquérito específico com o objetivo central de recolher informação e opinião quanto à evolução das qualificações e das competências nos diferentes subsectores. O inquérito, dirigido aos empresários/ dirigentes, foi aplicado em modalidade on-line. Foram utilizadas bases internas de informação de empresas, complementadas com a base utilizada pela CCP para dinamização do “Barómetro PME’s Comércio e Serviços às Empresas”.

O inquérito foi lançado em Dezembro de 2014, e durante o primeiro trimestre de 2015 foram desenvolvidas duas ações de reforço de pedido de participação, dada a escassa resposta alcançada na primeira etapa de aplicação. Apesar destes esforços, o nível de resposta não evoluiu de forma considerável, tendo sido obtidos 105 inquéritos válidos, com importante predomínio das empresas do comércio, em particular o comércio a retalho (42% das empresas respondentes). As características da amostra, nomeadamente a dimensão e o número de estabelecimentos, apontam para empresas com representatividade parcial face à realidade do setor.

Como estratégia de reforço da informação recolhida por esta via, foi explorada a informação recolhida no âmbito do inquérito aplicado pela Quaternaire Portugal a empregadores no estudo em cursos para a ANQEP de apoio à criação de um Sistema de Antecipação de Necessidades de Qualificações. Este inquérito, que obteve um número significativo de respostas (1630), permitiu identificar as intenções de recrutamento de profissionais com qualificação intermédia (Níveis 2 e 4), e esse resultado foi utilizado para relacionar essas intenções com o emprego e a oferta de formação nos principais segmentos de atividade do setor abrangido pelo Estudo.

Adicionalmente, foram também analisadas as previsões do CEDEFOP sobre a oferta e procura de competências em Portugal. A análise da prospeção de necessidades de qualificações para o horizonte da próxima década, envolveu as projeções de emprego realizadas e as estimativas de necessidades de substituição da mão-de-obra, por sector de atividade.

A utilização conjunta destas três fontes de informação assegurou informação pertinente e relevante que possibilitou consolidar a componente prospetiva do diagnóstico, e rentabilizar a diversidade de objetivos, âmbitos e resultados de cada um dos inquéritos.

As entrevistas permitiram a recolha de informação qualitativa sobre as tendências de evolução do sector e do sistema de educação e formação e respetivas necessidades de evolução e contemplaram a participação de atores com diferentes perfis, conforme se apresenta no quadro seguinte.

2Quadro n.º 1 – Lista de entrevistas

Entidade	Nome do interlocutor (função)
DGAE – Direção Geral das Atividades Económicas Direção de Serviços dos Preços e Serviços e da Sustentabilidade	Dr. Paulo Simões (Subdiretor-Geral) Dra. Paula Santos (Chefe de Divisão)
AFAFE – Associação Empresarial de Fafe, Cabeceiras de Basto e Celorico de Basto	Dr. Laurentino Ferreira (Diretor-geral)
ACIB – Associação Comercial e Industrial de Barcelos	Eng. João Albuquerque (Presidente)
ACEE – Associação Com. Serv. Concelho de Abrantes, Constância, Sardoal, Mação e Vila de Rei	Dr. António José Gonçalves
AESINTRA – Associação Comercial de Sintra	Sr. Manuel Santos do Cabo (Presidente)
Associação Portugal Outsourcing (APO)	Dr. Guilherme Ramos Pereira (Secretário Geral)
Associação Portuguesa de Franchise (APF)	Dra. Isabel Andrade (Presidente)
Associação Portuguesa de Software (ASSOFT)	Eng. Luís Sousa (Presidente) Dra. Patrícia Neves
CNIS – Confederação Nacional das Instituições de Solidariedade	Dr. João Dias (membro da Direção)
Perito independente	Dr. José Henriques
Centro de Estudos Ecoográficos – Univ. Lisboa	Prof. Teresa Barata Salgueiro
Perita independente	Dra. Alexandra Costa Artur

A realização de dois workshops temáticos, um com empresas e associações setoriais e outro com entidades formadoras, possibilitou momentos de reflexão aprofundada quanto ao diagnóstico e perspetivas de evolução das empresas e do emprego, implicações nas competências e qualificações e necessidades de evolução da oferta de formação.

O primeiro workshop, realizado em janeiro de 2015, envolveu uma dezena de empresas e associações representativas dos diferentes subsectores. O segundo ocorreu em fevereiro de 2015, e mobilizou cinco entidades formadoras: CECOA, CITEFORMA, PROFITECLA, Escola do Comércio de Lisboa e IP Trans, Instituto Profissional de Transportes. Refira-se que a recolha de informação junto destas entidades foi reforçada por via da realização de reuniões bilaterais, que permitiram aprofundar eixos temáticos específicos identificados no âmbito do workshop e que justificaram a necessidade de aprofundar a recolha de informação

A abordagem às empresas foi, também, reforçada através da realização de estudos de casos em três empresas: BAR, 3C Customer Contact Center e Luís Simões. Através desta metodologia procurou-se realizar uma recolha de informação aprofundada e contextualizada, em torno de questões-chave do Estudo, designadamente necessidades de evolução dos empregos e das qualificações e recolha de informação de suporte à conceção dos referenciais de formação, a partir do estudo detalhado de um conjunto de perfis profissionais considerados críticos para o desenvolvimento do sector.

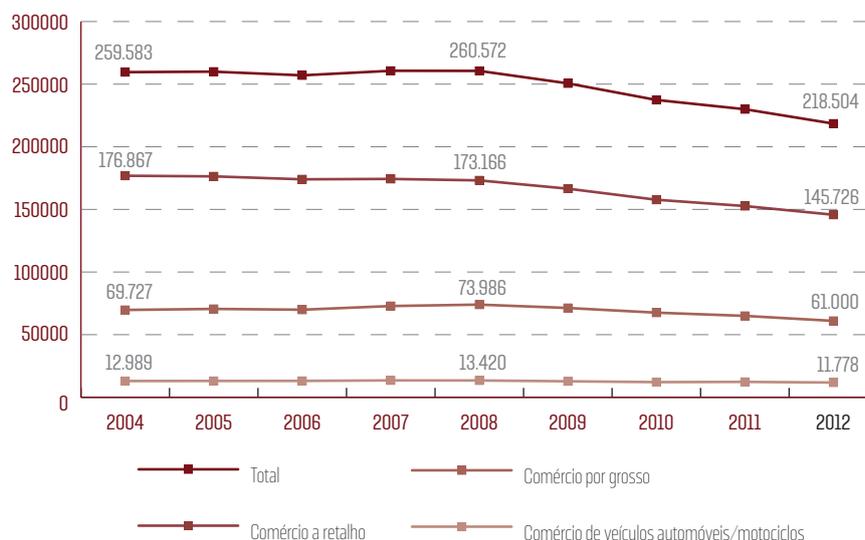
I. DIMENSÃO RETROSPETIVA DO DIAGNÓSTICO

I.1 CARACTERIZAÇÃO E ANÁLISE DA ESTRUTURA E EVOLUÇÃO EMPRESARIAL NO SETOR

I.1.1 COMÉRCIO

De acordo com os dados do INE, em 2012, o universo de 218.504 empresas do setor do comércio representava cerca de 20,6% do total de empresas em Portugal. No período de 2004–2012 verifica-se um decréscimo de 15,51% do número total de empresas ligadas ao comércio. Neste espaço temporal, as taxas de variação anuais apresentam valores negativos, destacando-se a variação 2009/10 com um decréscimo de quase 4%. Exceções são os anos de 2004/05 e 2006/07 que apresentam taxas positivas mas muito ténues de 0,15% e 1,41%, respetivamente.

Figura n.º 1 – Evolução do nº de empresas por subsetor do comércio, 2004–2012



Fonte: INE, Estatísticas das Empresas, 2012

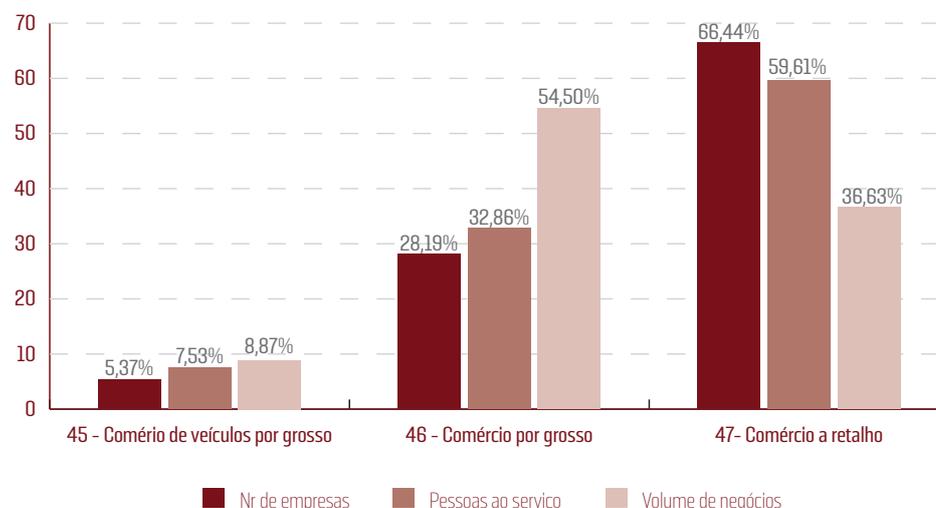
Segmentando a análise, verificamos que o subsetor do comércio a retalho é aquele que concentra um número mais significativo de empresas (145.726, em 2012), sendo igualmente aquele que apresenta a maior perda de empresas ao longo dos últimos anos, pois, desde 2004 reduziu-se em 31.141 empresas, o que representa um decréscimo de 17,6%.

Dentro deste subsetor, os maiores decréscimos verificaram-se nas atividades de comércio a retalho de outro equipamento para uso doméstico, estabelecimentos especializados (CAE 475) e comércio a retalho de produtos alimentares, bebidas e tabaco, em estabelecimentos especializados (CAE 472) – 27,5% e 25,6%, respetivamente. No subsetor comércio por grosso, a redução do número de empresas cifra-se em 11,3%, sendo o comércio por grosso de bens de consumo, exceto alimentares, bebidas e tabaco (CAE 464) o que mais contribui para esta diminuição, pois decresceu cerca de 21,6%, no período em análise. Em contra ciclo, neste subsetor do comércio por grosso, aparece o comércio por grosso de equipamentos das tecnologias de informação e comunicação (CAE 465) com um acréscimo do número de empresa de 7,2%. Já no subsetor do comércio de veículos automóveis/motociclos o decréscimo ficou nos 9,3%, apresentando as atividades de comércio, manutenção e reparação de motociclos, de suas peças e acessórios (CAE 454) um valor bastante acima do subsetor de 17,2%.

Segundo dados do INE relativos às Estatísticas das Empresas, em 2012, as empresas do setor do comércio cifram um valor acrescentado bruto (VAB) na ordem dos 13.686.181.376 €, o que face ao valor acrescentado bruto das empresas nacionais, lhe confere um peso económico de 18,02% do total. No setor do comércio, verifica-se que este contributo para o VAB atingido depende, em grande parte, do comércio por grosso que representa cerca de 50% da riqueza gerada (6.822.232.492 €), seguindo-se o comércio a retalho com 42,3% e, por fim, o comércio automóvel e de motociclos com 7,8%.

Considerando agora os dados por subsetor do número de empresas, número de pessoas ao serviço e volume de negócios, para o ano de 2012, facilmente podemos concluir que existe uma clara concentração do número de empresas e do número de pessoas no subsetor comércio a retalho que reúne cerca de 66,4% das empresas e quase 60% das pessoas ao serviço. Contudo, em termos de volume de negócios é o subsetor comércio por grosso que apresenta valores mais expressivos, pois gera 54,5% do volume de negócios total, através de 28,19% de empresas e de 32,86% de pessoas ao serviço que o compõem. O subsetor do comércio de automóveis e motociclos tem uma representação pouco expressiva face aos outros subsectores pois só agrega 5,37% das empresas, 7,53% das pessoas ao serviço e 8,87% do volume de negócios dentro do setor do comércio, conforme se pode verificar na figura seguinte.

Figura n.º 2 – N.º de empresas, pessoas ao serviço e volume de negócios por subsetor do comércio, 2012



Fonte: INE, Estatísticas das Empresas, 2012

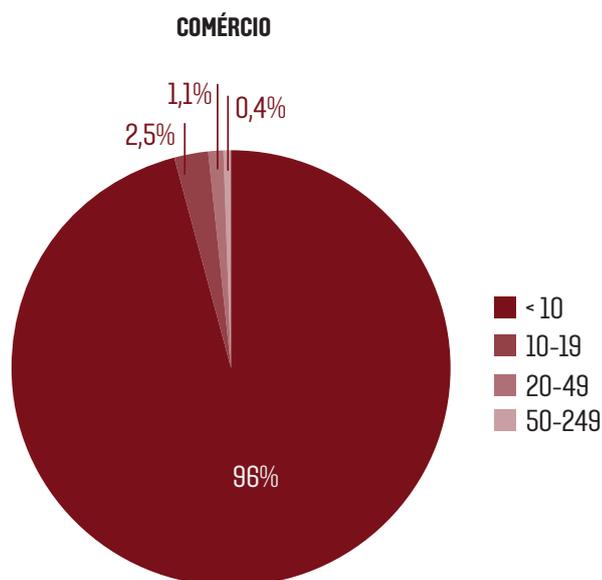
Numa análise mais aprofundada a cada subsetor, verificamos que no comércio de veículos automóveis e motociclos é o comércio de veículos automóveis (CAE 451) que reúne os valores mais significativos nos três aspetos em análise, número de empresas, pessoas ao serviço e volume de negócios, que apresentam respetivamente 65,80%, 59,26% e 77,83%. Nos outros subsectores encontramos situações distintas. Assim, no comércio por grosso, os agentes do comércio por grosso (CAE 461) agrupam 33,08% das empresas, que no entanto apenas contribuem para 2,48% do volume de negócios total. O comércio por grosso de bens de consumo, exceto alimentares, bebidas e tabaco (CAE 464) detém 23,23% das pessoas ao serviço, nos 17,35% de empresas que a compõem e que geram um volume de negócios que representa 20,70% do total.

Em relação ao volume de negócio é o comércio por grosso de combustíveis, metais, materiais de construção, ferragens e outros produtos (CAE 467) que concentra 32,78% do volume de negócio gerado neste subsetor. Já no subsetor comércio de retalho, subsetor que reúne a maioria das empresas e das pessoas ao serviço, destaca-se o comércio a retalho de outros produtos, em estabelecimentos especializados (CAE 477) relativamente ao número de empresas e pessoas ao serviço com 31,49% e 31,04%, respetivamente. Em relação ao volume de negócio é o comércio a retalho em estabelecimentos não especializados (CAE 471), que mais contribui para o volume de negócios total com um valor na ordem dos 40%.

Quando observamos os dados relativos à dimensão das empresas do comércio, rapidamente, se verifica que as empresas de todos os subsectores são de pequena dimensão. A esmagadora maioria das empresas têm menos de dez trabalhadores em todos os subsectores (96% do total de empresas do comércio). O escalão seguinte, de dez a dezanove trabalhadores, representa apenas 2,5% das empresas totais, apresentando os restantes escalões superiores valores residuais, como se pode verificar nos gráficos a seguir apresentados. O escalão das empresas com 250 trabalhadores ou mais tem um valor tão incipiente que nem permite a sua representação gráfica, estas empresas são apenas 0,05% do total de empresas do setor.

O número médio de pessoas ao serviço nas empresas deste setor é de 3,3 pessoas, o que confirma a reduzida dimensão destas empresas.

Figura n.º 3 – Distribuição percentual das empresas segundo o escalão de pessoas ao serviço, por subsectores do comércio, 2012



Fonte: INE, Estatísticas das Empresas, 2012

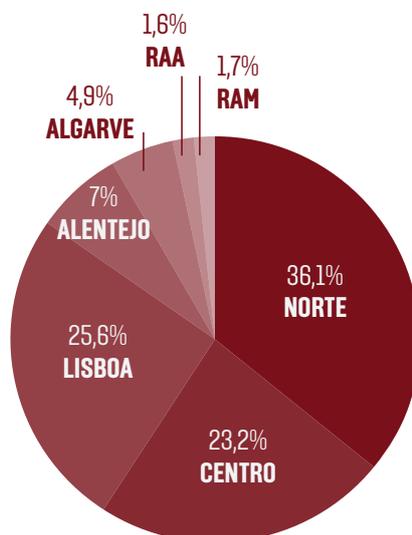
Considerando estes mesmos dados para cada subsetor do comércio, confirma-se a concentração forte em empresas com menos de dez trabalhadores, salientando-se o subsetor comércio a retalho que apresenta um valor de 97,5%, valor superior ao total do setor. Tanto o comércio de automóveis e motociclos, como o comércio por grosso apresentam valores na ordem dos 93% de empresas.

O número médio de pessoas ao serviço das empresas do subsetor comércio de automóveis e motociclos é 4,6 pessoas e do subsetor comércio por grosso é de 3,8 pessoas, valores superiores à média do setor. Apenas o comércio a retalho apresenta um valor inferior na ordem das 2,9 pessoas.

Relativamente à distribuição geográfica das empresas do setor do comércio verifica-se uma clara concentração das empresas na Região Norte e na NUT II Lisboa, que conjuntamente detêm cerca de 61% das empresas, seguindo-se a Região Centro com cerca de 23% do total.

As restantes empresas distribuem-se pelas restantes NUT II, com particular incidência no Alentejo (7%) e Algarve (4,9%), como se pode verificar no gráfico seguinte.

Figura n.º 4 – Distribuição geográfica das empresas do setor do comércio, 2012



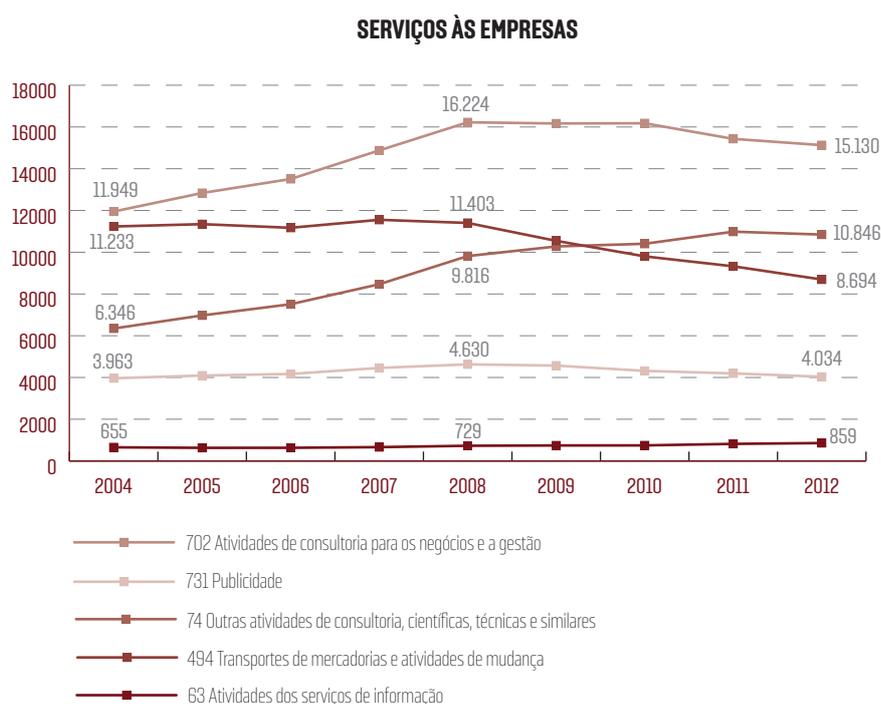
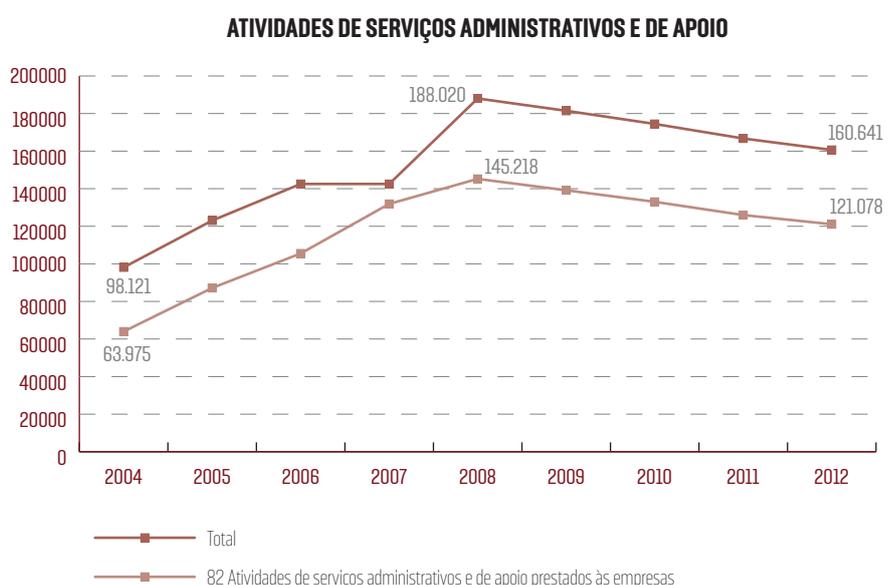
Fonte: INE, Estatísticas das Empresas, 2012

I.1.2 SERVIÇOS ÀS EMPRESAS

As empresas que prestam serviços às empresas, no âmbito deste estudo, em 2012 representam 15,1% das empresas totais, valor que se tem mantido constante desde o ano de 2008. Neste subsector, quando se analisa o período de 2004-2012, verifica-se um acréscimo na ordem dos 64% do número de empresas existentes, o que demonstra a importância que este subsector tem vindo a ganhar. Em relação às taxas de variação, constata-se que até 2006/07 estas apresentam valores positivos, o que se altera a partir do ano seguinte até 2012.

As empresas que se dedicam a atividades de serviços administrativos e de apoio prestados às empresas assumem uma relevância particular, uma vez que são cerca de 121.078 num total de 160.641 de empresas do subsector.

Figura n.º 5 – Evolução do nº de empresas por subsector dos serviços às empresas, 2004-2012

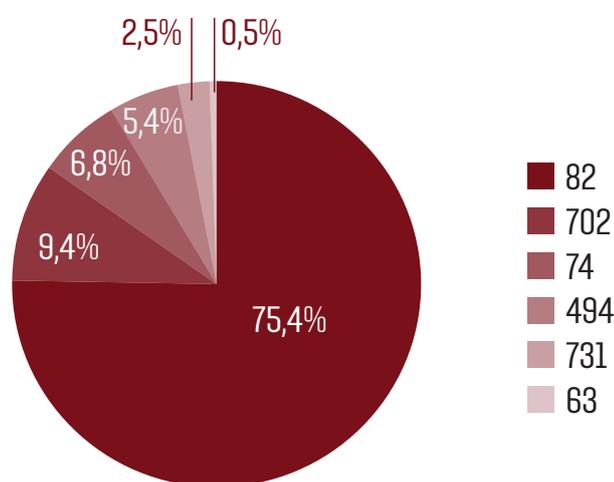


Fonte: INE, Estatísticas das Empresas, 2012

O peso económico gerado pelas empresas de prestação de serviços às empresas situa-se nos 6,63%, tomando como base o valor acrescentado bruto gerado no setor face ao valor acrescentado bruto das empresas nacionais, para o ano de 2012. Destacam-se as atividades de serviços administrativos e de apoio (CAE 82), transportes rodoviários de mercadorias e atividades de mudanças (CAE 494) e atividades de consultoria para os negócios e a gestão (CAE 702) como as apresentam uma maior contribuição para o valor atingido pelo setor: 34,19%, 26,64% e 24,55%, respetivamente.

Através do gráfico seguinte, podemos confirmar que a grande maioria das empresas fazem parte das atividades de serviços administrativos e de apoio prestados às empresas (CAE 82), concentrando 75,4% das empresas do setor. Este é também o subsetor que regista um acréscimo mais significativo de empresas, no período 2004–2012, pois cresce cerca de 89,3%. Com uma representatividade muito menor, em termos de número de empresas, aparecem seguidamente as empresas ligadas a atividades de consultoria para negócios e a gestão (CAE 702) e outras atividades de consultoria, científicas, técnicas e similares (CAE 74), que representam respetivamente 9,4% e 6,8% do total.

Figura n.º 6 – Distribuição do nº empresas dos subsetores dos serviços às empresas, 2012



Fonte: INE, Estatísticas das Empresas, 2012

Através da desagregação das atividades de serviços administrativos e apoio prestados às empresas (CAE 82), verifica-se que a larga maioria das atividades se enquadra nas atividades de serviços de apoio prestados às empresas, n.e. (CAE 829), que engloba atividades como cobrança e avaliação de crédito, de embalagens, engarrafamento de gases, entre outras.

Já no que se refere à desagregação das outras atividades de consultoria para os negócios e a gestão (CAE 74) encontramos uma distribuição bastante equilibrada pelas quatro atividades que a compõem, salientando-se as atividades de design (CAE 741) que representam 30,7% do total de empresas, seguindo-se as atividades de tradução e interpretação (CAE 743) com 25,6% das empresas. As atividades fotográficas (CAE 742) são as apresentam menor peso (20% do total).

Em relação às empresas ligadas a atividades dos serviços de informação, conclui-se que cerca de 76% das empresas se dedicam a atividades de processamento de dados, domiciliação de informação e atividades relacionadas e portais web.

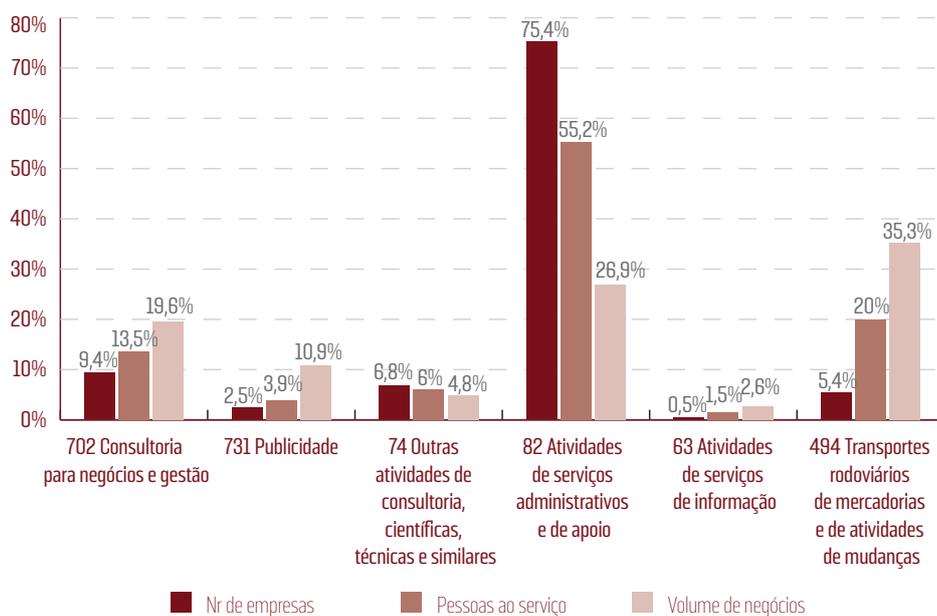
No período 2004–2012, para além do acréscimo de empresas já mencionado acima das atividades de serviços administrativos e de apoio (CAE 82), verifica-se um acréscimo de 71% nas empresas de outras atividades de consultoria, científicas, técnicas e similares (CAE 74). Já em sentido inverso, destaca-se o decréscimo de cerca 22,6% do número de empresas das atividades de transportes rodoviários de mercadorias e atividades de mudanças (CAE 494).

Numa desagregação dos dados relativos às empresas das atividades de serviços administrativos e de apoio prestados às empresas (CAE 82) são notórios os elevados acréscimos, em particular: atividades dos centros de chamadas (CAE 822) – 164%, atividades de serviços de apoio prestados às empresas, n.e. (CAE 829) – 91,2% e organização de feiras, congressos e outros eventos similares (CAE 823) – 74,8%. No entanto, as atividades de serviços administrativos e de apoio (CAE 821) refletem um decréscimo na ordem dos 14,7%.

Para as outras atividades de consultoria, científicas, técnicas e similares, encontram-se também acréscimos interessantes para as atividades de design (CAE 741) – 155,2% e para outras atividades de consultoria, científicas, técnicas e similares, n.e. – 132,7%. Em sentido contrário, as atividades fotográficas (CAE 742) apresentam um decréscimo de 3,8%.

Para o ano de 2012, numa análise dos dados por subsetor do número de empresas, pessoas ao serviço e volume de negócios rapidamente se verifica uma concentração do número de empresas e do número de pessoas ao serviço em atividades de serviços administrativos e de apoio prestados às empresas, que detém 75,4% de empresas e 55,2% de pessoas ao serviço, que geram aproximadamente 27% de volume de negócios. No entanto, é o subsetor dos transportes rodoviários e atividades de mudanças (CAE 494), através de 5,4% das empresas e de 20% de pessoas ao serviço deste subsetor, que mais contribui para o volume de negócios do setor – 35,3% do total.

Figura n.º 7 – N.º de empresas, pessoas ao serviço e volume de negócios por subsetor dos serviços às empresas, 2012



Fonte: INE, Estatísticas das Empresas, 2012

À semelhança do setor do comércio, as empresas de serviços às empresas são maioritariamente empresas de pequena dimensão com menos de dez trabalhadores – 98,5%. Os restantes escalões de pessoas ao serviço apresentam valores meramente residuais. Aliás, neste setor, o número médio de pessoas ao serviço é de 1,9 pessoas, o que acentua a reduzida dimensão das suas empresas.

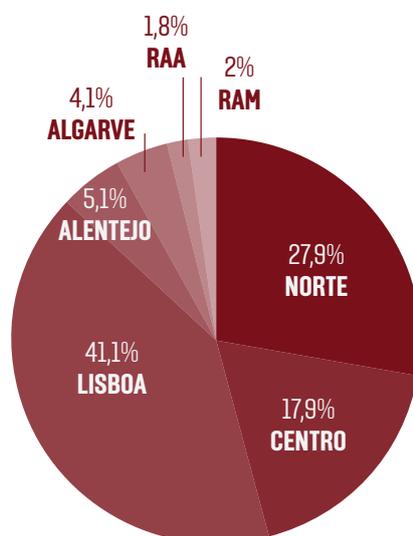
Numa análise aos subsectores que compõem os serviços às empresas constata-se que nas atividades de serviços administrativos e de apoio prestados às empresas (CAE 82) existe uma concentração de empresas superior ao valor do setor, pois cerca 99,6% das empresas têm menos de dez trabalhadores. Neste subsector, o número médio de pessoas ao serviço é de 1,4 pessoas, valor inferior à média. Já os transportes rodoviários

de mercadorias e atividades de mudança (CAE 494) apresentam uma dimensão média superior nos subsetores considerados, cerca 87,3%, no entanto, apresenta o valor mais relevante no escalão dez a dezanove trabalhadores, onde se situam 7,1% das suas empresas, seguindo-se apenas os subsetores da publicidade e serviços de informação com valores na ordem dos 3%. Por último, importa ainda referir que o mesmo subsector de atividades de mudanças (CAE 494) concentra cerca de 4% das suas empresas no escalão vinte a quarenta e nove trabalhadores, o que nos leva a concluir que, neste subsector, as empresas apresentam uma maior dimensão face aos restantes. Assim, não será de estranhar que as empresas de transportes rodoviários apresentem, em média, 6,9 pessoas ao serviço nas suas empresas, valor claramente superior à média do setor.

Destaca-se por fim, relativamente ao número de pessoas ao serviço, o subsector das atividades dos serviços de informação (CAE 63), que em média é de 5,1 pessoas.

Em 2012, a distribuição espacial das empresas que prestam serviços às empresas reflete uma clara concentração na NUT II Lisboa, pois cerca de 41,1% estão aí situadas. Seguem-se a Região Norte e Centro com 27,9% e 17,9%, respetivamente. Já o Alentejo agrupa cerca de 5% das empresas e o Algarve 4%. As Regiões Autónomas, no seu conjunto, detêm apenas cerca de 4% das empresas deste setor, conforme se pode verificar no gráfico seguinte.

Figura n.º 8 – Distribuição geográfica das empresas do setor dos serviços às empresas, 2012



Fonte: INE, Estatísticas das Empresas, 2012

Na análise por subsector encontramos distribuições distintas que importa salientar:

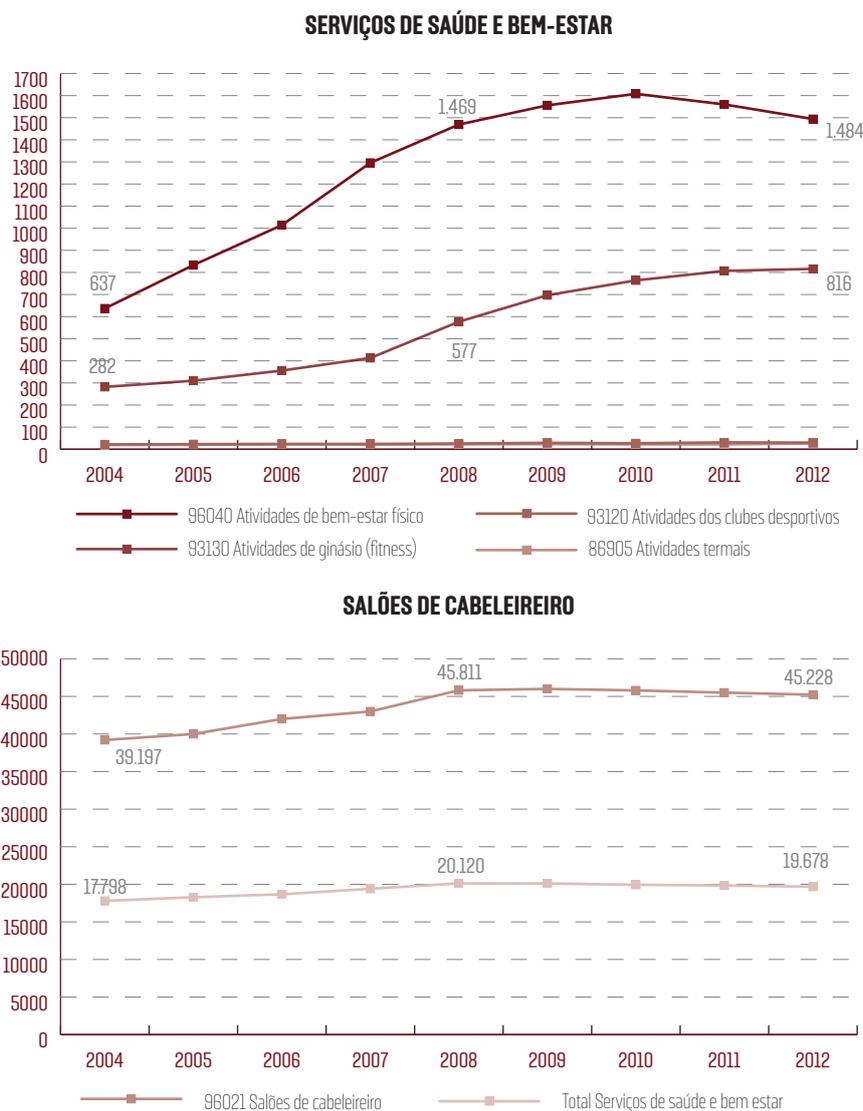
- Existem subsetores que apresentam uma concentração de empresas na Região de Lisboa superior ao valor apresentado pelo setor, nomeadamente as atividades de consultoria para os negócios e a gestão (CAE 702) e as atividades de publicidade (CAE 731) que reúnem cerca de 51% das suas empresas nesta região. Seguem-se as atividades dos serviços de informação (CAE 63) e as outras atividades de consultoria, científicas, técnicas e similares (CAE 74) com 48% e 46,3%, respetivamente.
- As atividades de publicidade (CAE 731) reúnem 5,2% das suas empresas na Região do Algarve, o valor mais expressivo de todos os subsetores nesta região.
- As atividades de transportes rodoviários de mercadorias e atividades de mudanças (CAE 494) apresentam uma distribuição distinta face aos outros subsetores, pois concentram cerca de 32,7% empresas na Região Centro, seguindo-se o Norte com 29,4% e na terceira posição aparece Lisboa com 23% das empresas. É ainda este subsector que apresenta o maior número de empresas no Alentejo, cerca de 8,6%.

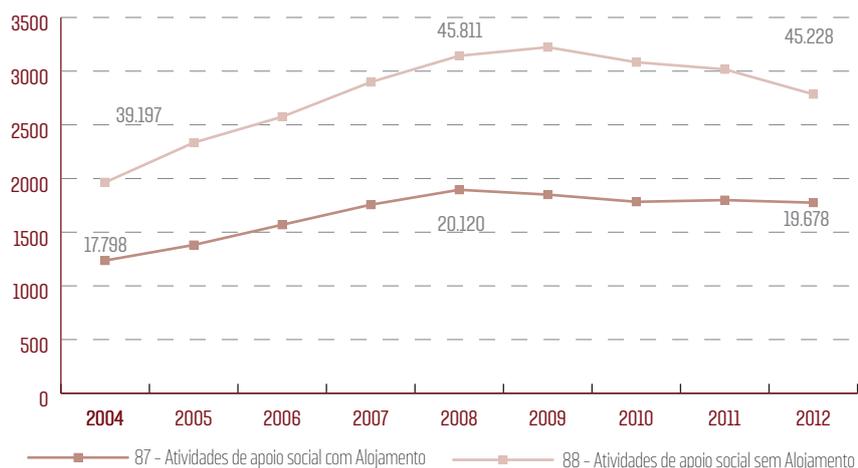
I.1.3 SERVIÇOS PESSOAIS, INCLUINDO A HOTELARIA E RESTAURAÇÃO

Considerando os elementos distintivos que caracterizam o setor da hotelaria e restauração face ao setor do comércio propriamente dito e o facto de este se encontrar abrangido por trabalhos recentes não sendo, por isso, objetivo principal deste estudo, optou-se por associar a análise das dinâmicas empresariais e de emprego deste sub-setor à dos serviços pessoais em sentido mais estrito. Assim, na presente análise, os serviços pessoais considerados apresentam uma grande diversidade, representando, em 2012, cerca de 11,7% das empresas totais a nível nacional. No período 2004-2012, o setor tem uma representatividade praticamente constante, com um acréscimo de apenas 2,2%. Neste período, as taxas de variação anual apresentam valores baixos mas sempre positivos até ao ano de 2007/08. Nos anos que se seguiram, provavelmente devido ao despoletar da crise económico-financeira que se instalou no nosso país, as taxas de variação passaram a ter valores negativos, embora não muito elevados, com destaque para o ano de 2009/10 cujo decréscimo foi na ordem dos 4,3%.

Os gráficos seguintes demonstram a evolução do número de empresas por subsector dos serviços pessoais, no período 2004-2012, nos quais se verifica uma evolução mais ou menos constante em termos do número de empresas do setor. Aponta-se apenas, a quebra mais significativa de empresas do setor da restauração, que passou de 80.056 empresas em 2004 para 75.779 em 2012. Pela positiva, destaca-se o crescimento verificado nos segmentos dos serviços de saúde e bem-estar e nos serviços de apoio social.

Figura n.º 9 – Evolução do nº de empresas serviços de saúde e bem-estar, 2004-2012





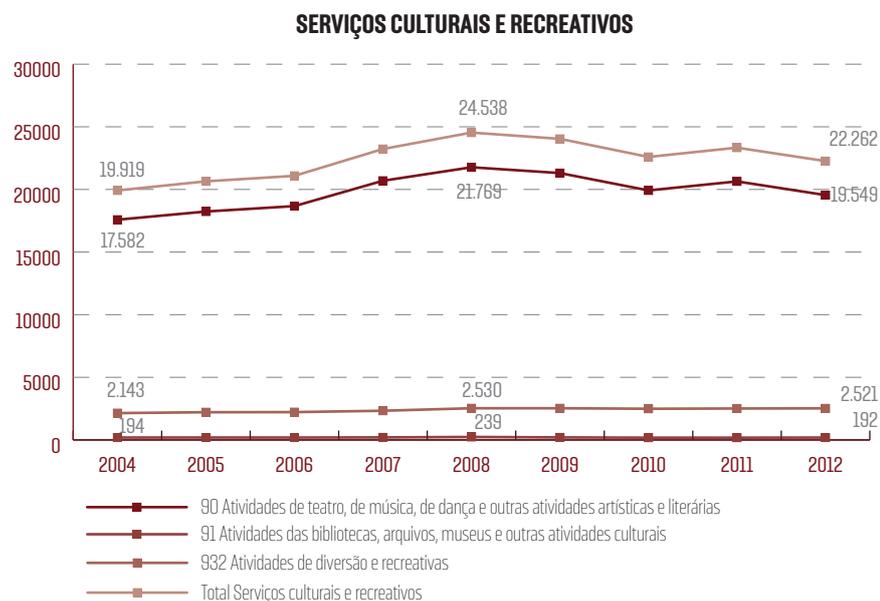
Fonte: INE, Estatísticas das Empresas, 2012

Figura n.º 10 – Evolução do nº de empresas serviços de restauração, 2004–2012



Fonte: INE, Estatísticas das Empresas, 2012

Figura n.º 11 – Evolução do nº de empresas serviços culturais e recreativos, 2004–2012



Fonte: INE, Estatísticas das Empresas, 2012

É precisamente o subsetor da restauração que se destaca no setor dos serviços pessoais, devido ao maior número de empresas, que conforme já referido acima é constituído por 75.779 empresas, em 2012, representando cerca de 63% do total das empresas.

Os serviços culturais e recreativos e os serviços de saúde e bem-estar, apresentam valores semelhantes na ordem dos 19% e 18%, respetivamente, conforme se pode verificar no gráfico seguinte.

Figura n.º 12 – Distribuição dos serviços pessoais, 2012

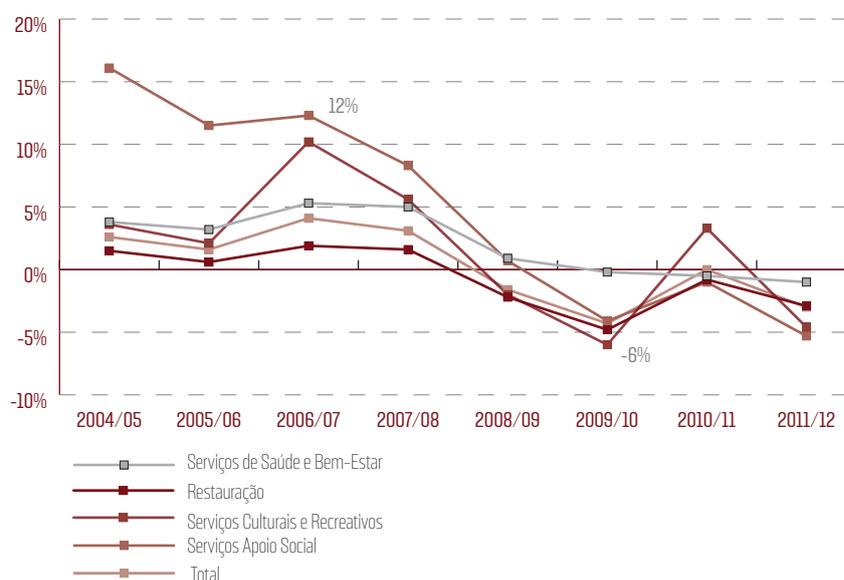


Fonte: INE, Estatísticas das Empresas, 2012

No período 2004–2012, são evidentes os acréscimos de 17,5% do subsetor serviços de saúde e bem-estar e de 11,8% dos serviços culturais e criativos, o que demonstra a importância que este tipo de serviços tem vindo a ganhar. Em sentido contrário, o subsetor da restauração apresenta um decréscimo de 5,3%.

Neste mesmo período, nos três subsectores observam-se taxas de variação anuais positivas até ao ano 2008/09, momento em que passam a negativas, conforme se pode ver no gráfico seguinte. Destacam-se os serviços culturais e recreativos que apresentam quer o acréscimo mais significativo em 2006/07 (10%), quer o decréscimo maior em 2009/10 (-6%).

Figura n.º 13 – Taxas de variação anuais 2004 a 2012



Fonte: INE, Estatísticas das Empresas, 2012

Numa análise mais detalhada a cada subsetor, constata-se que a restauração é essencialmente constituída por estabelecimento de bebidas (CAE 563), que representam cerca de 61% das empresas deste subsetor, seguindo-se os restaurantes (CAE 561) com aproximadamente 38%.

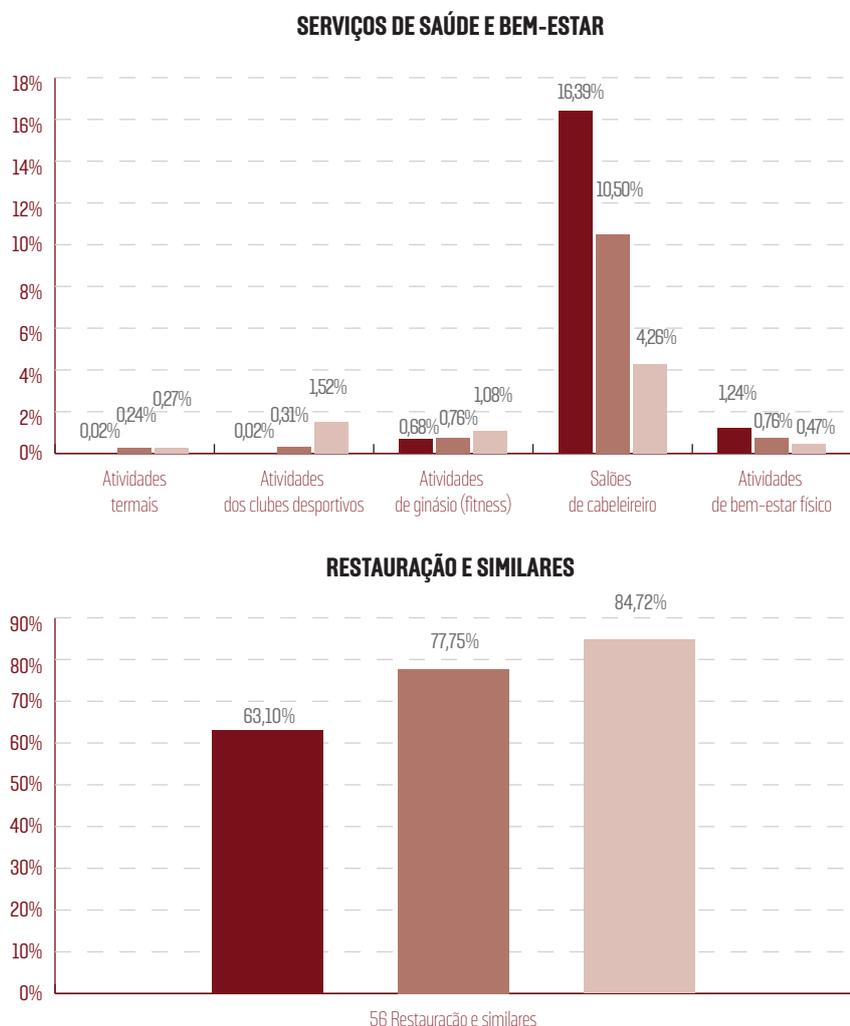
Já nos serviços de saúde e bem-estar, surge uma clara concentração de salões de cabeleireiros (CAE 96021), que representam cerca de 89% das empresas deste setor. As atividades de bem-estar físico (CAE 96040) e as de ginásio (CAE 93130) aparecem a seguir com 6,85 e 3,7%, respetivamente.

Por último, em relação aos serviços culturais e recreativos, destacam-se as atividades de teatro, música, de dança e outras atividades artísticas e literárias (CAE 90) que agrupam 87,8% das empresas do subsetor. As atividades de diversão e recreativas (CAE 932) representam cerca de 11,3% das empresas, apresentando as atividades das bibliotecas, arquivos, museus e outras atividades culturais (CAE 91) uma representação residual, inferior a 1% do total.

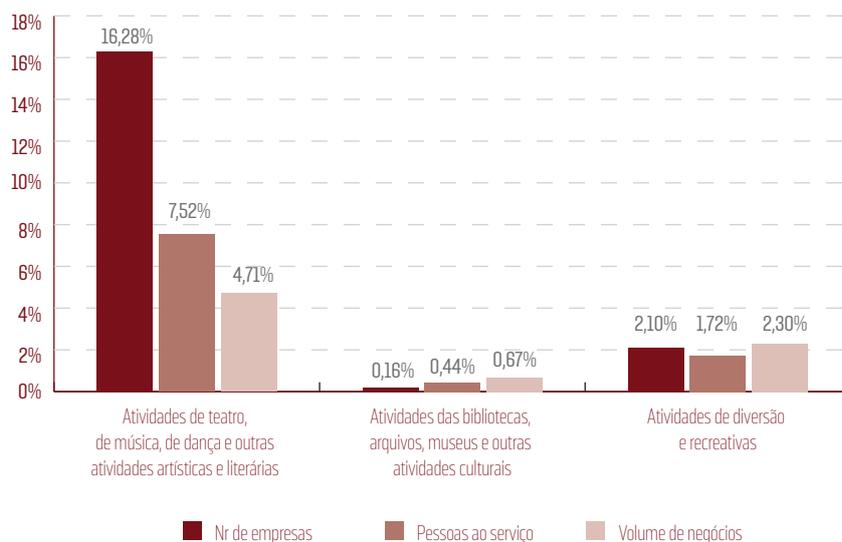
Através das Estatísticas das Empresas do INE, apura-se que as empresas dos serviços pessoais apresentam um peso económico de 3,39%, considerando o valor acrescentado bruto (VAB) do setor face ao valor acrescentado bruto a nível nacional. Devido à sua importância o setor da restauração representa cerca de 2,7% do VAB nacional e contribui em quase 80% para o VAB do setor dos serviços pessoais.

Considerando agora os dados relativos ao número de empresas, número de pessoas ao serviço e volume de negócios para o setor dos serviços pessoais, destaca-se a importância do subsetor da restauração (CAE 56) relativamente a estas três variáveis que representam 63,1% das empresas, 77,8% das pessoas ao serviço e 84,7% do volume de negócios.

Figura n.º 14 – N.º de empresas, pessoas ao serviço e volume de negócios por subsetor dos serviços pessoais, 2012



SERVIÇOS CULTURAIS E RECREATIVOS

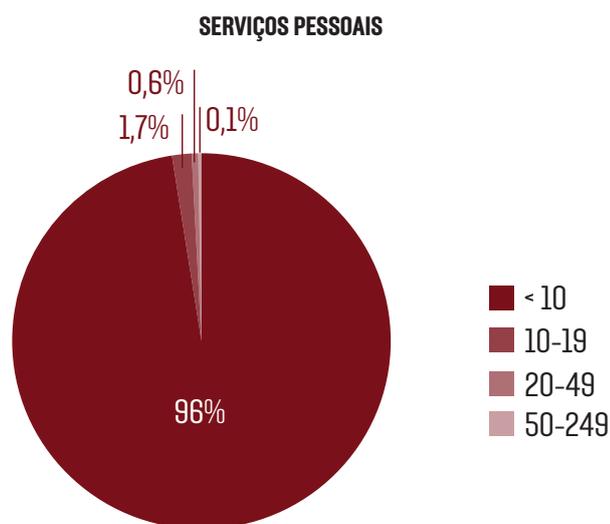


Fonte: INE, Estatísticas das Empresas, 2012

Para além do contributo da restauração mencionado, distinguem-se os contributos realizados pelas atividades de salões de cabeleireiro (CAE 96021) que detêm 16,4% das empresas, 10,5% das pessoas ao serviço e 4,26% do volume de negócios. As atividades de teatro, de música, de dança e outras atividades literárias (CAE 90) representam 16,28% das empresas dos serviços pessoais, 7,52% das pessoas ao serviço e contribuem para 4,71% do volume de negócios.

Quando se considera a dimensão das empresas, constata-se que, tal como acontece no setor do comércio e dos serviços às empresas, as empresas que prestam serviços pessoais são na sua esmagadora maioria de pequena dimensão. As empresas com menos de dez trabalhadores são cerca de 97,5% das empresas totais. O escalão seguinte, dez a dezanove trabalhadores, reúne cerca de 1,7% das empresas deste setor. Aliás, verifica-se que o número médio de pessoas ao serviço é de 2,3 trabalhadores, o que reforça a dimensão diminuta deste tipo de empresas.

Figura n.º 15 – Distribuição percentual das empresas segundo o escalão de pessoas ao serviço nas empresas de serviços pessoais, 2012



Fonte: INE, Estatísticas das Empresas, 2012

Numa análise por subsetor, constata-se que a reduzida dimensão das empresas dos serviços pessoais é acentuada quer nos serviços culturais e recreativos, quer nos serviços de saúde e bem-estar. No primeiro caso, as empresas com menos de dez trabalhadores representam 99,6% das empresas do subsetor, já no segundo representam 99,3%.

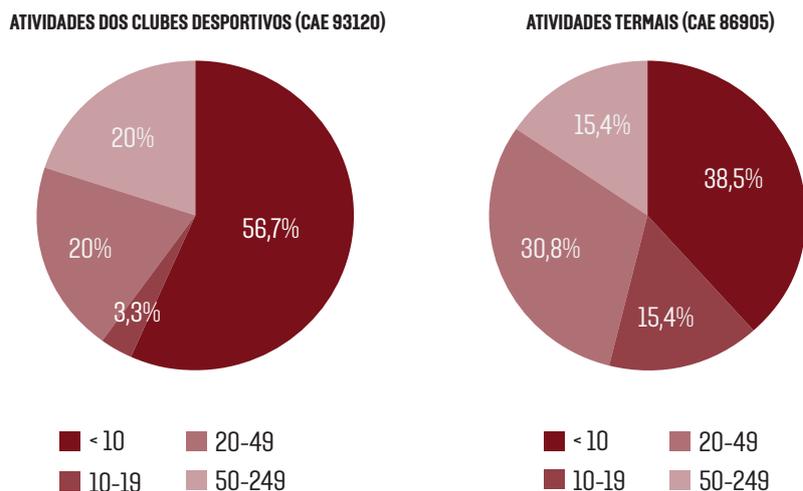
As empresas do setor da restauração são igualmente maioritariamente de dimensão inferior a dez trabalhadores, no entanto o escalão seguinte (dez a dezanove trabalhadores) apresenta a maior representatividade do setor, embora bastante reduzida, de 2,5% das empresas.

Relativamente ao número médio de pessoas ao serviço, as empresas dos três subsectores em análise confirmam a sua atomização. As empresas de restauração têm em média 2,9 pessoas ao serviço, apresentando os serviços de saúde e bem-estar e os serviços culturais e recreativos valores mais baixos, 1,6 e 1,2 pessoas ao serviço, respetivamente.

No entanto, destacam-se alguns casos nas empresas dos serviços de saúde e bem-estar, que apresentam situações muito díspares. Assim, se os salões de cabeleireiro (CAE 96021) apresentam em média cerca de 1,5 trabalhadores, as empresas de atividades de clubes desportivos (CAE 93120) e de atividades termais (CAE 86905) têm dimensão marcadamente superior, com 28,4 e 26 pessoas ao serviço em média, respetivamente.

Aliás, numa análise mais aprofundada dos escalões de pessoas ao serviço nas empresas atividades dos clubes desportivos (CAE 93120) e atividades termais (CAE 86905) verificamos que, em ambos os casos, embora o escalão mais baixo (menos de dez trabalhadores) seja o mais representativo, apresenta valores claramente abaixo dos valores globais quer dos serviços de saúde e bem-estar, quer dos serviços pessoais. Para as atividades termais (CAE 86905), constata-se que o escalão de menos de dez trabalhadores representa apenas 38,5% das empresas totais desta tipologia, apresentando o escalão 20-49 pessoas ao serviço cerca de 31% das empresas. De igual modo, as atividades de clubes desportivos apresentam um peso de 56,7% no escalão menos de dez pessoas ao serviço, apresentando os escalões 20-49 e 50-249 pessoas ao serviços um peso de 20% . Podemos desta forma concluir que as empresas dos ramos de atividades mencionados apresentam uma dimensão bastante superior à média do setor em que se inserem, situação que se pode visualizar através dos gráficos seguintes.

Figura n.º 16 – Distribuição percentual das empresas segundo o escalão de pessoas ao serviço nas empresas de atividades dos clubes desportivos e atividades termais, 2012



Fonte: INE, Estatísticas das Empresas, 2012

Por fim, importa considerar a distribuição geográfica das empresas ligadas aos serviços pessoais, que apresentam uma concentração das suas empresas na Região Norte (31,2%) mas muito próxima de Lisboa (29,9%). A Região Centro aparece na terceira posição com cerca de 20% de empresas aí localizadas e as Regiões do Alentejo e Algarve apresenta representatividades equivalentes, isto é, concentram cerca de 7,3% das empresas cada uma.

Na análise por subsetor encontramos situações distintas. Quer os serviços de saúde e bem-estar, quer as empresas de restauração apresentam uma concentração de empresas na Região Norte, com valor ligeiramente acima da média, respetivamente 35,7% e 32,4%. Os serviços culturais e recreativos apresentam uma forte concentração na NUT II Lisboa, pois cerca de 46% das suas empresas estão aí situadas. Pode ainda destacar-se que as empresas da restauração são as que apresentam uma maior distribuição no Algarve e no Alentejo – 8,6% e 8,3%, respetivamente.

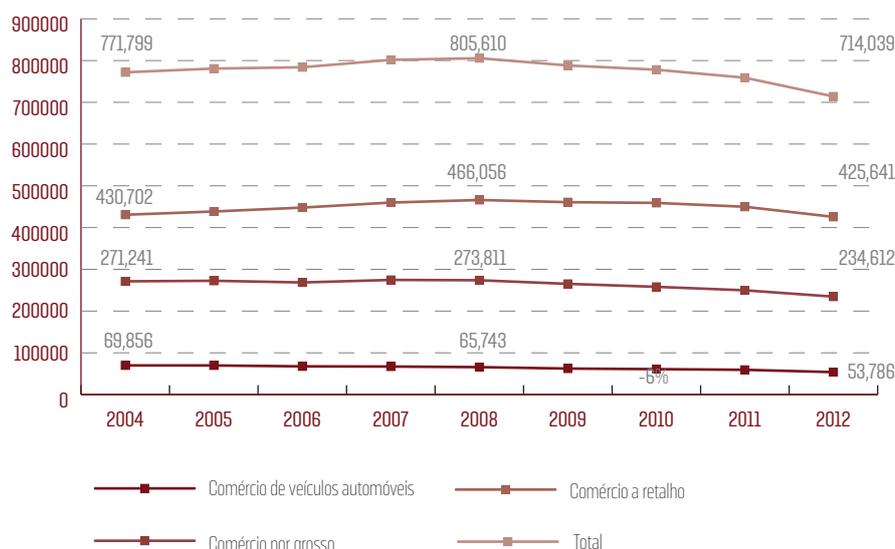
I.2 CARACTERIZAÇÃO E ANÁLISE DA ESTRUTURA E EVOLUÇÃO DO EMPREGO NO SETOR

I.2.1 COMÉRCIO

Para analisar a evolução do emprego no setor do comércio, tomamos como base as Estatísticas das Empresas, de 2004 a 2012, que nos permitem verificar que, em 2012, o número de trabalhadores do comércio ascendia a 714.039 trabalhadores.

No período de 2004–2012, a evolução do volume do emprego revela uma tendência de decréscimo significativa, pois neste período, assiste-se a uma taxa de variação do emprego de -7,5%, ou seja, menos 57.760 trabalhadores. De 2004 a 2008, as taxas de variação anuais apresentam valores positivos com expressão pouco significativa, no entanto a partir de 2008/09, as taxas de variação assumem valores negativos, destacando-se a variação de 2011/2012 que apresenta um decréscimo de cerca de 6%.

Figura n.º 17 – Evolução do número de pessoal ao serviço por subsectores do comércio, 2004 – 2012



Fonte: INE, Sistema de Contas Integradas das Empresas

Em 2012, dos trabalhadores totais que exercem funções no setor do comércio, cerca de 60% são trabalhadores do comércio a retalho, seguindo-se 33% de trabalhadores no comércio por grosso e, apenas, 7,5% no subsector do comércio automóvel e motociclos.

Todos os subsectores apresentam taxas de variação 2004/2012 negativas, em particular o comércio automóvel e de motociclos que apresenta um decréscimo de 23%. Destaca-se dentro deste subsector, o comércio de veículos automóveis (CAE 451) que perdeu cerca de 31,5% dos empregos, no período em análise. O subsector de comércio por grosso apresenta um decréscimo de 13,5%, sendo relevante o decréscimo de 18,8% do emprego apresentado pelas atividades dos agentes do comércio por grosso (CAE 461). Já o comércio a retalho o decréscimo de emprego é praticamente nulo, na ordem dos 1,2%, destacando-se, no entanto, o comércio a retalho de outro equipamento para uso doméstico, em estabelecimentos especializados (CAE 475) que apresenta um valor bastante superior de -25,9% das pessoas ao serviço. Apesar destes decréscimos, encontram-se algumas atividades de comércio que apresentam taxas de variação positivas, no período 2004–2012, das quais se evidenciam: comércio a

retalho em estabelecimentos não especializados (CAE 471) com um acréscimo de 23,5% e comércio por grosso de outras máquinas, equipamentos e suas partes (CAE 465) com 15,3%. Com valores menos significativas, encontram-se as atividades de comércio a retalho em bancas, feiras e unidades móveis de venda (CAE 477) com 3,2%, comércio a retalho de outros produtos, em estabelecimentos especializados (CAE 478) com 2,1% e, por fim, atividades de comércio a retalho não efetuado em estabelecimentos, bancas, feiras ou unidades móveis de venda com 0,4% de acréscimo.

Em relação às taxas de variação anuais, nos diferentes subsectores encontramos situações distintas. Assim:

- O comércio automóvel e de motociclos, no período em análise, apresenta em todos os anos taxas de variação negativas, destacando-se o ano 2011/12 que se situou nos 9,3%.
- O comércio por grosso apresenta taxas de variação anuais positivas, embora com valores pouco expressivos nos anos de 2004/05 e 2006/07 de 0,5% e 2,3%, respetivamente
- O comércio a retalho apresenta taxas de variação anuais positivas até 2007/08, com valores baixos, destacando-se o ano de 2006/07, em que atingiu 2,7%

Através dos dados apresentados, podemos concluir que existe uma significativa perda de pessoas ao serviço no setor do comércio, desde o período de 2008/09, em particular no subsector do comércio automóvel e motociclos.

De acordo com dados do INE, no ano de 2012, o peso do emprego no comércio no emprego total era de 20,3%, o que revela uma estagnação face ao ano anterior. No entanto, o peso do emprego no comércio face ao peso do emprego total sofreu um decréscimo de 0,7 pontos percentuais, face ao valor de 2004. Esta situação confirma a perda de pessoas ao serviço que tem ocorrido no setor do comércio.

Através da análise do pessoal ao serviço por escalões de empresas, em 2012, verifica-se que cerca de 48% do total de pessoal ao serviço no comércio se encontra a exercer atividades em empresas com menos de dez trabalhadores, mais de 18% em empresas com dez a dezanove trabalhadores e 17% em empresa com mais de 250 trabalhadores. O escalão 50 a 249 é aquele que apresenta uma distribuição menor de trabalhadores, pois reúne apenas 9,2% dos trabalhadores.

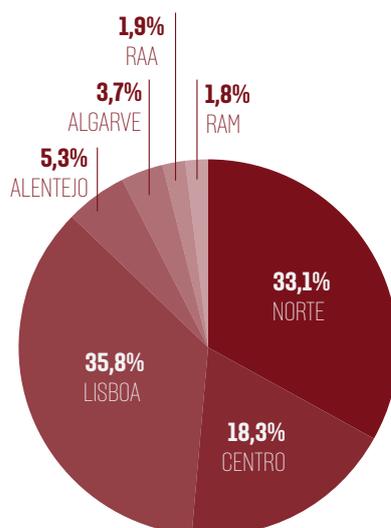
Conforme já mencionado acima, verifica-se uma tendência de diminuição do emprego no setor do comércio, no período 2004-2012, tratando-se desta diminuição particularmente relevante nas empresas de pequena dimensão. Em sentido contrário, as empresas com mais de 250 trabalhadores apresentam um crescimento do emprego, em particular nas empresas de comércio a retalho.

Os dados dos Quadros de Pessoal do MTSS, apesar das limitações relativamente ao tecido empresarial abrangido, revelam que, em 2012, cerca de 59% dos trabalhadores por conta de outrem (TPCO) do setor do comércio exerciam atividades no comércio a retalho (CAE 47). Seguindo-se cerca de 33% no comércio por grosso (CAE 46) e 8,2% no subsector do comércio automóvel e motociclos (CAE 45). O comércio a retalho em estabelecimentos não especializados (CAE 471) e o comércio a retalho de outros produtos, em estabelecimentos especializados (CAE 477) são as atividades que acolhem mais trabalhadores por conta de outrem – 23% e 18,3%, respetivamente.

Para o ano de 2012, observa-se que a distribuição regional do emprego no setor do comércio apresenta uma concentração na Região de Lisboa (35,8%), seguindo-se muito de perto a Região Norte (33,1%). Na terceira posição encontra-se a Região

Centro (18,3%) e com uma concentração menor o Alentejo (5,7%), conforme se pode verificar no gráfico correspondente.

Figura n.º 18 – Distribuição do pessoal ao serviço por região geográfica no setor do comércio, 2012



Fonte: INE, Sistema de Contas Integradas das Empresas

Quando se realiza a análise por subsetor verifica-se que Lisboa possui a maior fatia do emprego do comércio por grosso e do comércio a retalho, enquanto o Norte concentra grande parte do emprego do comércio automóvel e motociclos (36,3%). Contudo, apesar de reunir o maior número de pessoas ao serviço, a Região de Lisboa não lidera a concentração de empresas deste setor, pois, conforme já mencionado acima, a Região Norte é líder da localização de empresas. Ou seja, pode concluir-se que ao volume de emprego relevante não corresponde uma concentração de empresas semelhante.

Os Quadros de Pessoal do MTSS, apesar de não fornecerem informação relativa à Região Autónoma dos Açores, permitem confirmar as conclusões anteriores, embora mostram uma clara concentração de trabalhadores por conta de outrem na Região Norte e na Região de Lisboa, sugerindo que a Região Norte ocupa a primeira posição com 33,3% face a 32,6% de Lisboa. Numa análise por subsetor, a Região Norte concentra 35,5% dos TPCO do comércio automóvel e de motociclos e 32,8% dos TPCO do comércio a retalho. Já Lisboa regista 35,6% dos TPCO do comércio por grosso.

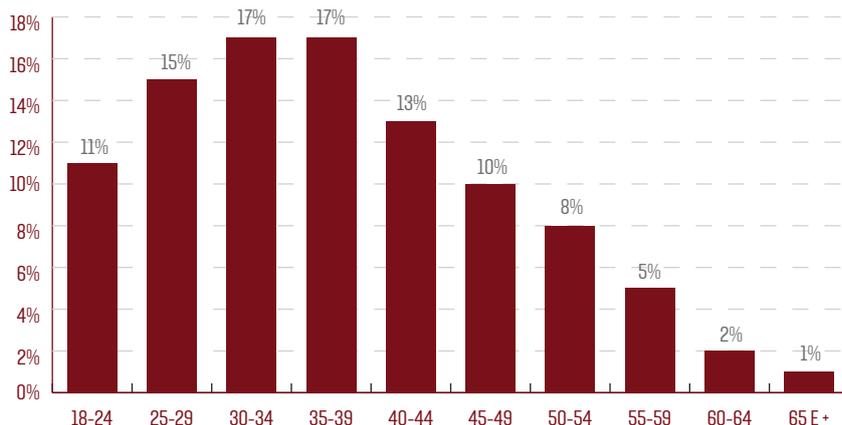
Nas atividades do setor do comércio, em 2012, verifica-se uma taxa de feminização na ordem dos 52%. Destaca-se a importância relativa que esta taxa de feminização apresenta nas atividades de comércio a retalho (CAE 47) situando-se nos 64,3%, assumindo particular relevo as atividades de comércio a retalho de outros produtos, em estabelecimentos especializados (CAE 477) com cerca de 73% de mulheres, onde se inserem atividades de vestuário para adultos e crianças, calçado, produtos farmacêuticos, produtos médicos e ortopédicos, produtos cosméticos e de higiene, flores e plantas, entre outros.

Por outro lado, a taxa de masculinização atinge valores elevados ao nível de todas as atividades do comércio automóvel, atingindo cerca de 81%. Com um valor também significativo aparecem, inseridas no comércio por grosso, as atividades de comércio por grosso de outras máquinas, equipamentos e suas partes (CAE 466), comércio por grosso de combustíveis, metais, materiais de construção, ferragens e outros produtos (CAE 467) e o comércio por grosso de equipamentos das tecnologias de informação e comunicação (CAE 465) que apresentam valores de 74,6%, 72,4% e 71,8%, respetivamente.

As distribuições mencionadas comprovam que as mulheres, tradicionalmente, se dedicam mais a atividades ligadas ao retalho e os homens a atividades ligadas ao comércio automóvel e por grosso.

Para o setor do comércio, a análise dos TPCO por escalão etário, em 2012, permite verificar que os escalões 30 a 34 e 35 a 39 anos são os que apresentam um maior número de trabalhadores, ambos com 17% do total de TPCO, conforme se pode verificar no gráfico seguinte. Neste mesmo ano, os TPCO com menos de 35 anos representam 43,3% dos trabalhadores e aqueles com mais de 44 anos são apenas 26% do total. A taxa de emprego jovem (TPCO com menos de 25 anos) situava-se nos 11%.

Figura n.º 19 – Distribuição dos TPCO por escalão etário no comércio, 2012



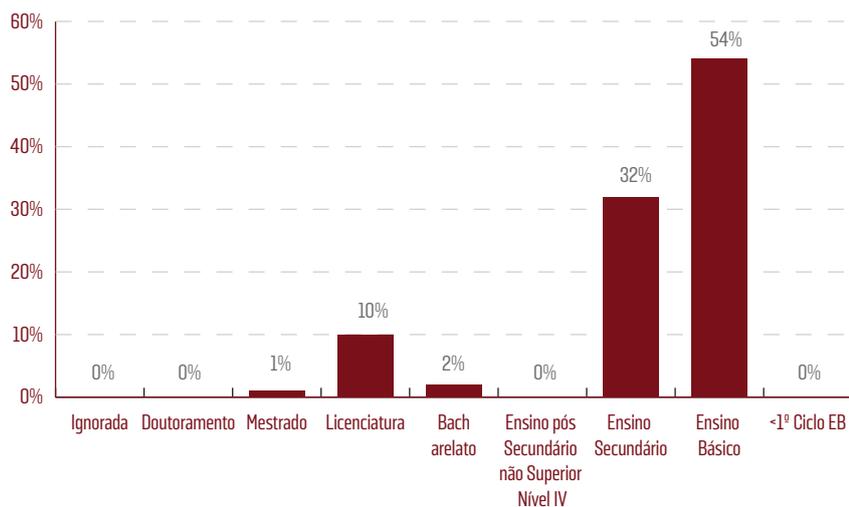
Fonte: Quadros de Pessoal, MTSS

Numa análise por subsetor, verifica-se:

- O comércio a retalho é o subsetor que apresenta uma taxa de emprego jovem mais significativa, cerca de 15%, em particular nas atividades comércio a retalho de outros produtos, em estabelecimentos especializados (CAE 477), onde ascende aos 20,2% e nas atividades do comércio a retalho em estabelecimentos não especializados (CAE 471) com 18,6% do total.
- A maior fatia de TPCO até aos 34 anos de idade pertence também ao comércio a retalho, pois estes representam 51,3% do total de trabalhadores deste subsetor. Distinguem-se as atividades de comércio a retalho de bens culturais e recreativos, em estabelecimentos especializados (CAE 476) e o comércio a retalho de equipamentos das tecnologias de informação e comunicação, em estabelecimentos especializados (CAE 474) com 60,7% e 57,9%, respetivamente.
- Tal como seria de esperar, o comércio a retalho apresenta a menor percentagem de TPCO com mais de 44 anos, sendo estes apenas 21,3%, segue-se o comércio por grosso com 32,8% e, por fim, o comércio automóvel e de motociclos com 33,1% dos TPCO totais. As atividades comércio a retalho de equipamentos das tecnologias de informação e comunicação, em estabelecimentos especializados (CAE 474) apresentam a menor concentração de trabalhadores deste escalão – 12,6% do total.

Relativamente às habilitações literárias, o setor do comércio concentra a grande maioria dos seus ativos no Ensino Básico (53,8%), seguindo-se aqueles com qualificação de Ensino Secundário (32,5%) e Licenciatura (10,4%).

Figura n.º 20 – Distribuição dos TPCO por habilitações literárias no comércio, 2012



Fonte: Quadros de Pessoal, MTSS

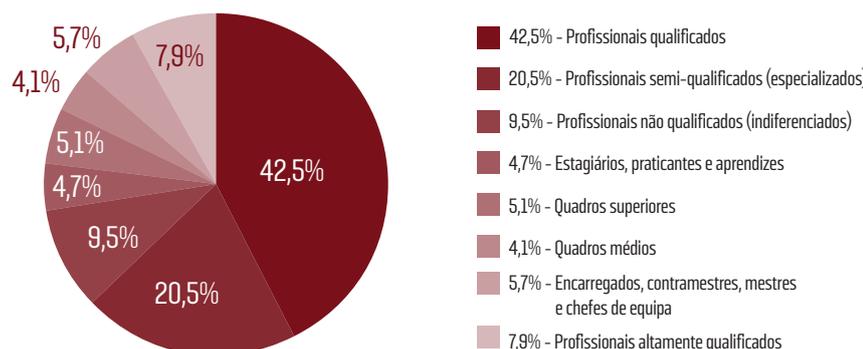
Numa análise por subsetor, verifica-se que ao nível do Ensino Básico, o comércio automóvel apresenta uma concentração claramente acima da média, que se situa nos 61,3%. Neste subsetor, destacam-se ainda as atividades de comércio, manutenção e reparação de motociclos, de suas peças e acessórios (CAE 454) com 71,8% dos seus trabalhadores com a qualificação ao nível do Ensino Básico.

No comércio ao retalho cerca de 54% dos trabalhadores possuem o Ensino Básico, assumindo particular relevo as atividades de comércio a retalho em bancas, feiras e unidades móveis de venda (CAE 478) e as atividades a retalho de produtos alimentares, bebidas e tabaco, em estabelecimentos especializados (CAE 472), ambos com cerca de 79% dos TPCO.

Relativamente aos TPCO com licenciatura, constata-se que cerca de 14,4% dos indivíduos do comércio por grosso possuem licenciatura, valor acima da média do setor do comércio. As atividades de comércio por grosso de equipamento das tecnologias de informação e comunicação (CAE 465), que incluem comércio de computadores e de outros equipamentos eletrónicos e de telecomunicações, agregam o maior número de licenciados, uma vez que estes representam 40,1% do total de TPCO destas atividades.

Em 2012, o nível de qualificação para o setor do comércio apresenta uma elevada concentração de profissionais qualificados, cerca de 42,5%, seguindo-se 20,5% de profissionais semiqualificados (especializados). Verifica-se que os quadros superiores são cerca de 5,1% dos TPCO totais e os quadros médios 4,1%, o que significa que uma taxa de enquadramento (TPCO Quadros Superiores+TPCO Quadros Médios/Total de TPCO) na ordem dos 11,4%. Os profissionais altamente qualificados acendem aos 8% do total.

Figura n.º 21 – Distribuição dos TPCO por nível de qualificação no comércio, 2012



Fonte: Quadros de Pessoal, MTSS

Numa análise por subsetor do comércio, o comércio por grosso apresenta uma taxa de enquadramento de cerca de 14%, destacando-se o comércio por grosso de outras máquinas, equipamento e suas partes (CAE 466) com 38,6%, o que demonstra uma forte presença de quadros superiores e médios, provavelmente justificada pelas atividades ligadas à engenharia civil que inserem neste ramo de atividade. Naturalmente, as atividades de comércio por grosso de bens de consumo, exceto alimentares, bebidas e tabaco (CAE 464) congregam uma maior expressão de profissionais altamente qualificados, 17%, seguindo-se o comércio por grosso de equipamentos das tecnologias de informação e comunicação (CAE 465) com 16%, pois são atividades que exigem competências específicas para manuseamento quer de produtos farmacêuticos, produtos de higiene e perfumes, artigos de ourivesaria e joalheria, eletrodomésticos, no primeiro caso, e equipamentos informáticos, no segundo.

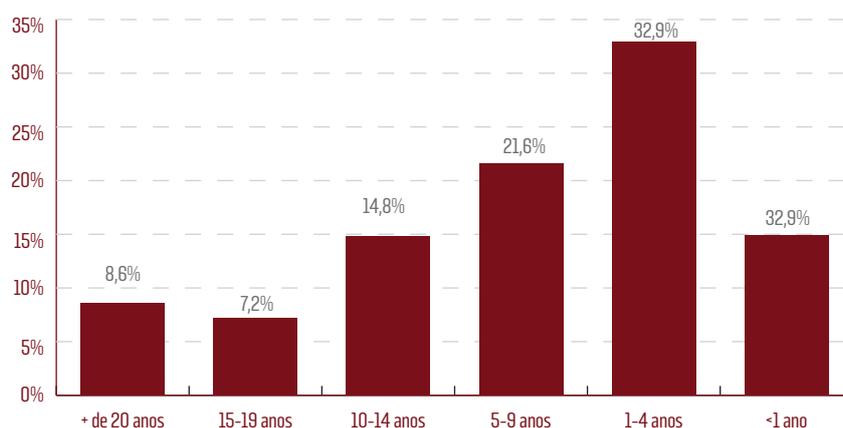
O comércio automóvel e de motociclos tem 61% de profissionais qualificados, acendendo a 66,5% nas atividades de comércio automóvel (CAE 451).

A estrutura profissional do setor reflete a tipologia das principais atividades desenvolvidas. Por isso, no que concerne à atividade profissional dos TPCO do setor do comércio é notória a preponderância dos “Outros Trabalhadores relacionado com vendas” (23% do total dos TPCO, em 2012), induzido pelo comércio a retalho, em particular pelas atividades de comércio a retalho de outros produtos, em estabelecimentos especializados (CAE 477). O comércio automóvel e de motociclos regista a maior proporção dos seus TPCO na categoria “Mecânicos e reparadores de máquinas e de veículos” com 17,81%, em especial, nas atividades de comércio automóvel (CAE 451) ascendendo aos 19,54% do total de TPCO.

As categorias profissionais ligadas a diretores e gerentes representam cerca de 5,6% dos TPCO do comércio, apresentando uma maior expressão no comércio por grosso 8% e, pelo contrário, uma menor representatividade no comércio a retalho – 4,15%.

Considerando a antiguidade dos trabalhadores do setor do comércio, verifica-se que para este setor, em 2012, cerca de 48% dos TPCO estão no máximo há quatro anos nas empresas, sendo o subsetor do comércio a retalho que regista o maior peso de trabalhadores recentemente empregados (cerca de 51%), o que traduz uma elevada rotatividade e maior precariedade de emprego para estas atividades. Dentro destas atividades é o comércio a retalho não efetuado em estabelecimentos, bancas, feiras ou unidades móveis de venda (CAE 479) que regista uma distribuição mais elevada – 63%. Por outro lado, o comércio automóvel é o subsetor que apresenta uma maior expressão relativamente aos trabalhadores com mais de 20 anos na empresa, estes representam cerca de 13,1%, o que permite concluir que nestas empresas existe uma maior estabilidade de emprego face aos outros setores.

Figura n.º 22 – Antiguidade dos trabalhadores setor do comércio, 2012



Fonte: Quadros de Pessoal, MTSS

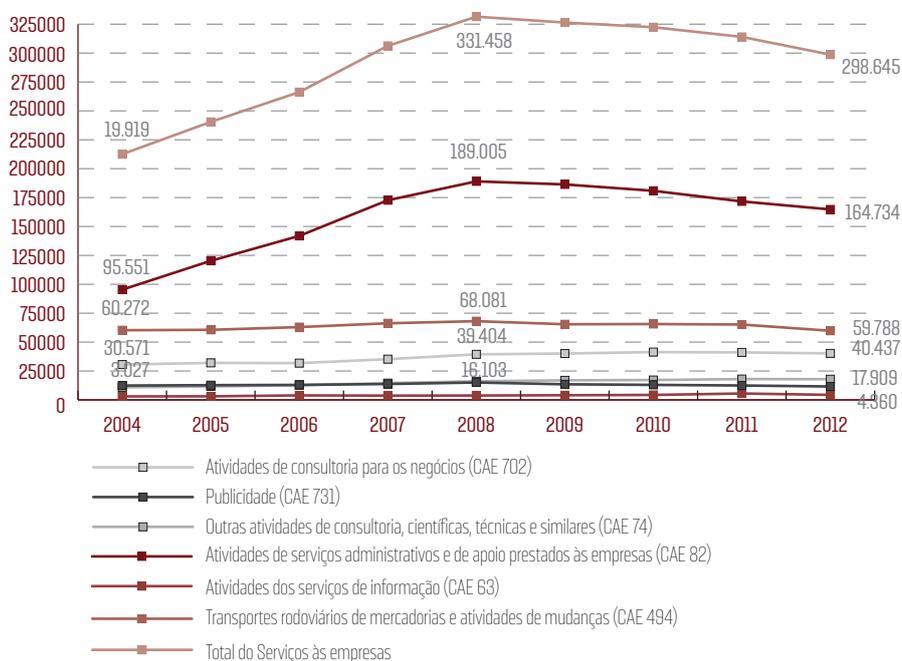
I.2.2 SERVIÇOS ÀS EMPRESAS

Numa análise da evolução do emprego, o setor dos serviços às empresas apresenta cerca de 298.645 trabalhadores, no ano de 2012, dos quais cerca de 55,2% prestam atividades de serviços administrativos e de apoio prestados às empresas (CAE 82).

Ao longo do período de 2004–2012, contrariamente à situação do setor do comércio, tem-se verificado um acréscimo muito significativo dos trabalhadores dos serviços às empresas, na ordem dos 40,5%. No entanto, existem situações distintas nos diversos subsetores:

- As atividades de publicidade (CAE 731) são as que apresentam um decréscimo mais relevante, que se situa nos 6,4%, seguindo-se apenas os transportes rodoviários de mercadorias e atividades de mudanças (CAE 494) que decresceram 0,8%, no período em análise;
- As atividades de serviços administrativos e de apoio prestados às empresas (CAE 82) apresentam um acréscimo muito significativo de 72,8% de pessoas ao serviço, tratando-se das atividades que empregam mais pessoas, no setor dos serviços às empresas;
- De igual forma, as outras atividades de consultoria, científicas, técnicas e similares (CAE 74), as atividades dos serviços de informação (CAE 63) e as atividades de consultoria para os negócios (CAE 702) tiveram variações muito positivas, no período 2004/12 – 64,5%, 44% e 31,6%, respetivamente

Figura n.º 23 – Evolução do número de pessoal ao serviço por subsectores dos serviços às empresas, 2004 – 2012



Fonte: INE, Sistema de Contas Integradas das Empresas

Numa análise das taxas de variação anuais, importa ressaltar algumas situações, nomeadamente:

- Apesar das atividades de serviços administrativos e de apoio prestados às empresas (CAE 82) terem apresentado um incremento de trabalhadores muito relevante, como mencionado acima, apresentam taxas de variação anuais negativas desde 2008/09, na ordem 4%;
- Em 2011/2012, as atividades dos serviços de informação (CAE 63) apresentam o decréscimo mais significativo do setor – 21,3%;
- As outras atividades de consultoria, científicas, técnicas e similares (CAE 74) e as atividades de serviços administrativos e de apoio prestados às empresas (CAE 82) mantiveram taxas de variação positivas até 2010/2011, contrariamente aos outros subsectores que iniciaram os decréscimos do emprego em anos anteriores.

Em 2012, o peso do emprego dos serviços às empresas no total do emprego representava 8,5%, que se traduz no crescimento de apenas 0,1 pontos percentuais relativamente ao ano anterior. Em relação ao ano de 2004, o peso do emprego nos serviços às empresas no peso do emprego total teve um crescimento de aproximadamente de 2,7%.

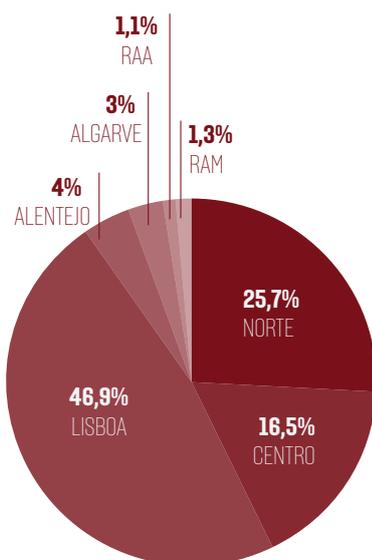
Relativamente à distribuição do pessoal ao serviço por escalão, o INE não dispõe de informação completa para todos subsectores em estudo, apresentando apenas informação completa relativa às empresas com menos de dez trabalhadores. Em 2012, estas empresas empregam cerca de 63% do total de pessoas ao serviço no setor. Para estas empresas, verificamos que, no período 2004–2012, existiu um incremento do emprego nas empresas prestam serviços às empresas na ordem dos 51%, valor superior ao valor do total de empresas do setor.

Já através dos dados dos Quadros de Pessoal do MTSS, para o ano de 2012, verifica-se que os transportes rodoviários de mercadorias e atividades de mudanças (CAE 494) acolhem cerca de 37% dos trabalhadores por conta de outrem, seguindo-se as atividades de serviços administrativos e de apoio prestados às empresas (CAE 82) com 29% e as atividades de consultoria para os negócios e a gestão com 21,6%.

A análise da distribuição geográfica do emprego nos serviços às empresas permite concluir que existe uma forte concentração do emprego na Região de Lisboa, pois emprega cerca de 47% dos trabalhadores totais deste setor. Segue-se o Norte que concentra cerca de 26% e a Região Centro com 16,5%. A decomposição por subsector confirma e acentua a importância, em termos de volume de emprego, da Região de Lisboa. Destacam-se as atividades dos serviços de informação (CAE 63) com 65% dos trabalhadores, as atividades de publicidade (CAE 731) com 62,3% e as atividades de consultoria para os negócios e a gestão (CAE 702) com 60,4% do total de trabalhadores do setor dos serviços às empresas. Por último, dentro das atividades de serviços administrativos e de apoio prestados às empresas (CAE 82), que apresenta uma concentração na Região de Lisboa de 46,1%, podem salientar-se as atividades dos centros de chamadas (CAE 822) com 99,5% dos trabalhadores nesta região.

Os dados dos Quadros de Pessoal do MTSS permitem confirmar as conclusões acima descritas relativas à concentração regional dos trabalhadores na Região de Lisboa, em termos globais e nos subsectores mencionados.

Figura n.º 24 – Distribuição do pessoal ao serviço por região geográfica no setor dos serviços às empresas, 2012



Fonte: INE, Sistema de Contas Integradas das Empresas

Nos serviços às empresas, a taxa de masculinização apresenta valores na ordem dos 63,3%. Esta taxa apresenta valores mais acentuados quando se tratam de atividades de transportes rodoviários de mercadorias e atividades de mudanças (CAE 494) situando-se nos 89,8%, seguindo-se as atividades dos serviços de informação (CAE 63), nomeadamente atividades de processamento de dados, domiciliação de dados e portais Web, com 60,5% e as atividades de publicidade (CAE 731) com 52%.

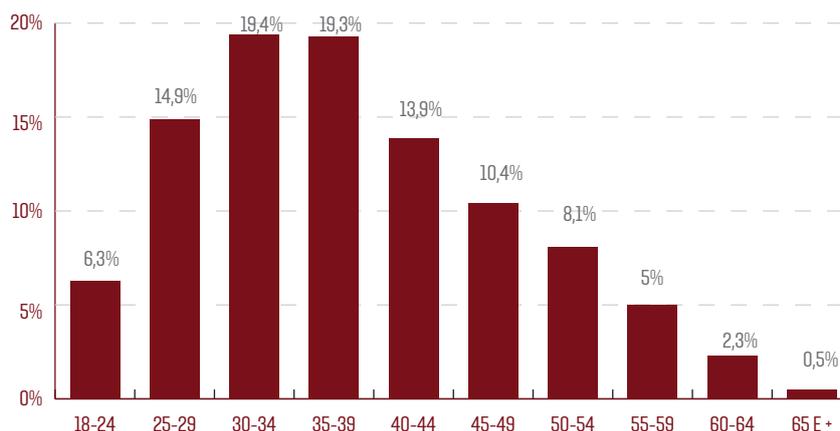
Por outro lado, a taxa de feminização apresenta valores superiores à taxa de masculinização nas atividades de consultoria para os negócios e a gestão (CAE 702), atingindo 56%. Seguindo-se as atividades de serviços administrativos e de apoio prestados às empresas (CAE 82), que incluem atividades dos centros de chamadas, organização de feiras, congressos e outros eventos similares, com cerca de 52% e as outras atividades de consultoria, científicas, técnicas e similares (CAE 74), onde se inserem nomeadamente atividades de design, fotográficas e de tradução e interpretação, com 51,1%.

No que se refere à distribuição dos TPCO por escalão etário, identifica-se uma concentração dos escalões 30 a 34 e 35 a 39 anos, ambos com cerca de 19% do total dos TPCO, conforme é visível no gráfico a seguir. Os trabalhadores com menos de 35 anos representam 40,6% do total, ao passo que aqueles com mais de 44 anos representam 26,2%. Já a taxa de emprego jovem, ou seja, os trabalhadores com menos de 25 anos representam apenas 6,3% do total de TPCO do setor.

Se analisarmos os diferentes subsectores é notório que, no escalão menos de 35 anos, a maioria das atividades apresentam distribuições que se situam entre os 46% e os 50% de TPCO, com exceção para as atividades de transportes rodoviários e atividades de mudanças (CAE 494), que concentram apenas 27,5% dos seus trabalhadores neste escalão. Em sentido inverso, no seio das atividades de serviços administrativos e de apoio prestados às empresas (CAE 82) aparecem as atividades dos centros de chamadas (CAE 822) com 60,8% de trabalhadores neste escalão. A taxa de emprego jovem é também mais elevada nas atividades acima mencionadas, situando-se nos 9,6% para as atividades da CAE 82 e 13,2% da CAE 822.

Em relação aos trabalhadores com mais de 44 anos, são novamente as atividades de serviços administrativos e de apoio prestados às empresas (CAE 82) que se destacam, com as atividades de serviços administrativos e de apoio (CAE 821) a liderar com cerca de 55% dos trabalhadores presentes neste escalão.

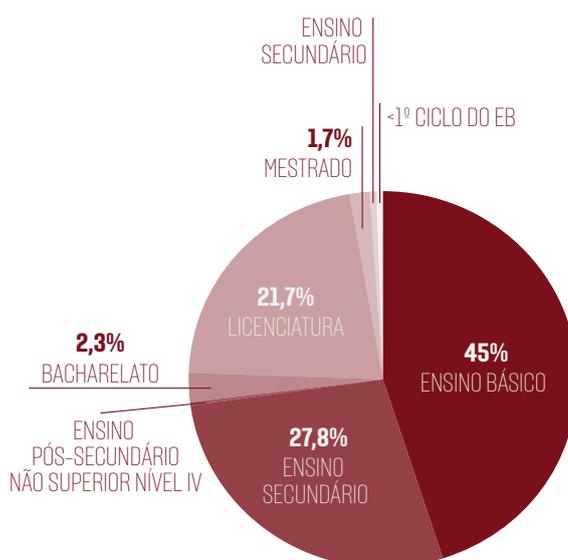
Figura n.º 25 – Distribuição dos TPCO por escalão etário nos serviços às empresas, 2012



Fonte: Quadros de Pessoal, MTSS

Cerca de 45% dos trabalhadores do setor dos serviços às empresas possuem ensino básico, seguindo-se 27,8% com habilitações ao nível do ensino secundário e 21,7% com licenciatura.

Figura n.º 26 – Distribuição dos TPCO por habilitações literárias nos serviços às empresas, 2012



Fonte: Quadros de Pessoal, MTSS

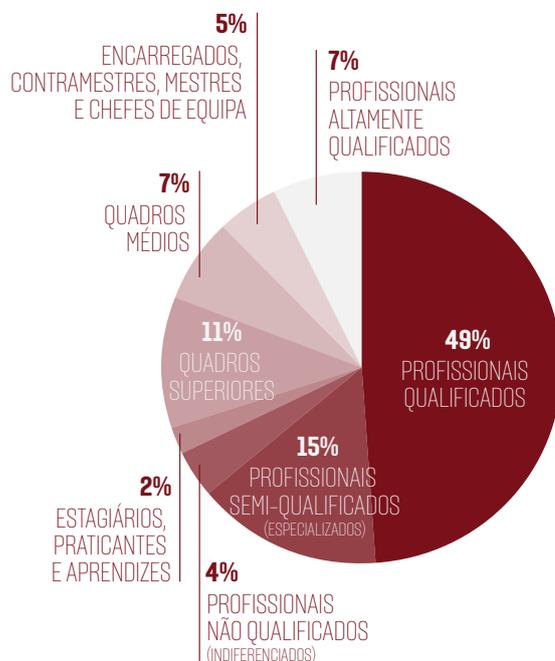
Nas atividades de transportes (CAE 494) cerca de 79,4% dos trabalhadores possuem o ensino básico, destacando-se face ao total. Já em termos de TPCO com licenciatura são as atividades de consultoria para os negócios e a gestão (CAE 702) e atividades do serviço de informação (CAE 63) que concentram a maioria dos trabalhadores, com valores na ordem dos 45%, muito superiores em relação à média.

Cerca de 49% dos TPCO dos serviços às empresas são profissionais altamente qualificados, seguindo-se os profissionais semiqualeificados (especializados) que representam 15% e os quadros superiores 11% do total de TPCO. Quer os quadros médios, quer os profissionais altamente qualificados apresentam 7% dos TPCO.

A taxa de enquadramento (TPCO Quadros Superiores+Quadros Médios/TPCO Total) ascende aos 18,2%. Numa análise mais detalhada aos subsectores que compõem os serviços às empresas, as outras atividades dos serviços de informação (CAE 639) apresenta uma taxa de enquadramento de 54,5%, seguindo-se as atividades de Publicidade (CAE 731) de 41%.

As atividades de tradução e interpretação (CAE 743) são as que concentram mais profissionais qualificados, pois cerca de 50% dos seus TPCO possuem essa qualificação. Importa ainda mencionar, que os TPCO das atividades de transportes rodoviários de mercadorias e atividades de mudança (CAE 494) apresentam cerca de 81,5% de profissionais qualificados, valor claramente superior às restantes atividades.

Figura n.º 27 – Distribuição dos TPCO por nível de qualificação nos serviços às empresas, 2012



Fonte: INE, Sistema de Contas Integradas das Empresas

Nas atividades de serviços às empresas, no que se refere à estrutura profissional verifica-se que a grande parte dos TPCO, cerca de 23,45% são “Motoristas de veículos pesados e de autocarros”, uma vez que as atividades dos transportes rodoviários de mercadorias e atividades de mudanças (CAE 494) concentram uma larga fatia de TPCO. Aliás, estas atividades agrupam cerca de 63,03% dos seus TPCO na profissão acima mencionada.

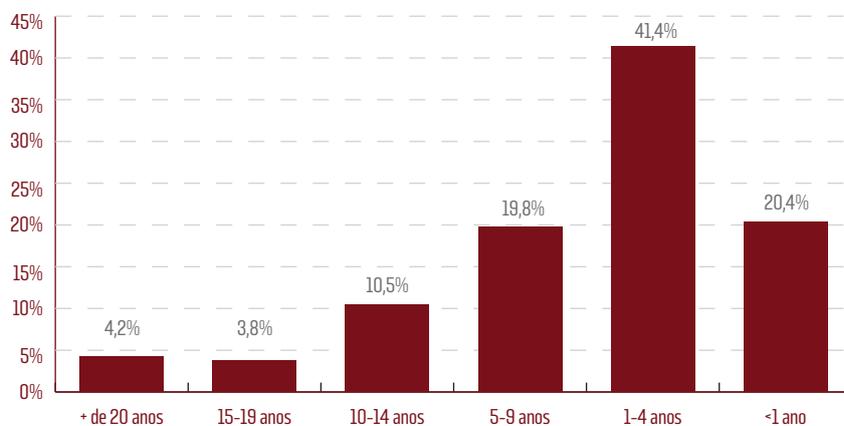
Seguem-se com uma distribuição bastante inferior os “Empregado de escritório em geral” (7,85%) e o “Pessoal de receção e de informação a clientes” (5,75%). Estas profissões apresentam uma expressão muito significativa, no primeiro caso, nas atividades de serviços administrativos e apoio (CAE 821) com 20,7% e, no segundo, nas atividades dos centros de chamadas (CAE 822) que representa 50,7% do total de TPCO.

As categorias profissionais ligadas a cargos de direção representam apenas 5,91% das profissões totais, embora numa análise mais detalhada ascendam a 12,31% nas atividades de publicidade (CAE 731).

Relativamente à antiguidade dos trabalhadores nas empresas de serviços às empresas, constata-se que uma elevada fatia dos TPCO estão nas empresas apenas há 4 anos, representam cerca de 61,8% dos TPCO deste setor, o que poderá revelar alguma instabilidade laboral e elevada rotatividade de ativos. As atividades dos centros de chamadas (CAE 822) e organização de feiras, congressos e outros eventos similares (CAE 823) apresentam concentrações de trabalhadores neste escalão bastante mais elevadas face ao setor, 88,4% e 74,6%, respetivamente. São também estas atividades que apresentam valores mais significativos de trabalhadores recentemente admitidos nas empresas: 44,6% nas atividades dos centros de chamadas (CAE 822) e 32,8% na organização de feiras, congressos e outros eventos similares (CAE 823).

Já os trabalhadores empregues há mais de 15 anos representam apenas 8,1% do total dos TPCO. No entanto, cerca de 50,7% dos TPCO das atividades de serviços administrativos e de apoio (CAE 821) situam-se neste escalão, mostrando uma tendência para maior estabilidade e menor rotatividade dos trabalhadores deste ramo de atividade.

Figura n.º 28 – Antiguidade dos trabalhadores dos serviços às empresas, 2012



Fonte: INE, Sistema de Contas Integradas das Empresas

I.2.3 SERVIÇOS PESSOAIS, INCLUINDO A HOTELARIA E RESTAURAÇÃO

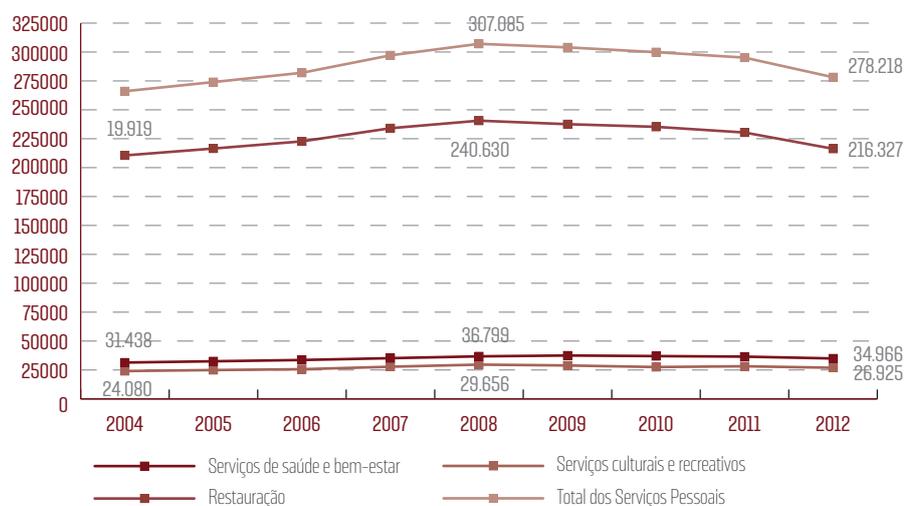
No ano de 2012, o setor dos serviços pessoais constitui-se por 278.218 trabalhadores, dos quais 216.327, ou seja, cerca de 78% opera no subsetor da restauração. Os restantes dividem-se 12,6% pelos serviços de saúde e bem-estar e 9,7% pelos serviços culturais e recreativos.

No período em análise, de 2004 a 2012, os serviços pessoais apresentam um incremento do número de trabalhadores de 4,6%, contudo as taxas de variação anuais têm valores negativos desde 2008/09, em particular no ano de 2011/12 que atingiu -5,7%.

Numa análise mais aprofundada aos diversos subsetores, encontram-se situações díspares, no que se refere à evolução emprego. Assim, nos serviços de saúde e bem-estar assinalam-se duas situações distintas, se por um lado, assistimos a um incremento significativo do número de trabalhadores, no período 2004-2012, nas atividades de ginásio (CAE 93130) - 162,8% - e nas atividades de bem-estar físico (CAE 96040) - 127,6%; por outro lado, assinala-se um decréscimo de trabalhadores na ordem dos 24% nas atividades termais (CAE 86905).

Relativamente, aos serviços culturais e recreativos, todos os subsetores apresentam uma variação positiva para 2004-2012, destacando-se as atividades das bibliotecas, arquivos, museus e outras atividades culturais (CAE 91) com um acréscimo de 45,1% trabalhadores.

Figura n.º 29 – Evolução do número de pessoal ao serviço por subsectores dos serviços pessoais, 2004 – 2012



Fonte: INE, Sistema de Contas Integradas das Empresas

Segundo dados do INE, em 2012, o peso do emprego nos serviços pessoais no emprego total é de 7,9%, valor igual ao do ano anterior. Contudo, em relação ao valor de 2004, o emprego nos serviços pessoais no emprego total apresentou um acréscimo de 0,7 pontos percentuais.

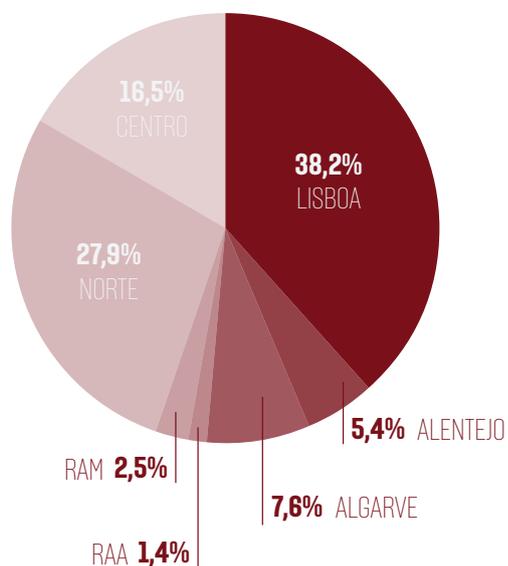
Os dados disponíveis do INE não nos permitem tirar conclusões relativamente à distribuição do pessoal ao serviço por escalões de empresas, pois há subsectores para os quais a informação é omissa, relativamente aos escalões de empresas. Contudo, atendendo à análise realizada relativa à dimensão das empresas, afigura-se que a maioria das pessoas ao serviço deverão exercer atividades em empresas com menos de dez trabalhadores, exceto nas atividades termais (CAE 86905) e clubes desportivos (CAE 93120). Para estes casos específicos, conseguimos apurar que cerca de 55,1% dos trabalhadores das atividades termais e cerca de 71,7% dos trabalhadores dos clubes desportivos estão em empresas com 50 a 249 trabalhadores

A análise dos dados dos Quadros de Pessoal do MTSS, revela que mais de 85% dos trabalhadores por conta de outrem se concentram no setor da restauração (CAE 56), dos quais 50% nas atividades de restaurantes (CAE 561). Os salões de cabeleireiro (CAE 96021) empregam cerca de 7,1% dos trabalhadores por conta de outrem, apresentando as outras atividades dos serviços pessoais valores pouco expressivos.

Tal como sucedeu na distribuição dos trabalhadores por escalões de empresas, os dados do INE não permitem uma análise mais aprofundada da distribuição regional das pessoas ao serviço, uma vez que existem subsetores para os quais não há informação disponível. No entanto, a partir dos dados disponíveis verifica-se uma concentração das pessoas ao serviço na Região de Lisboa de cerca de 38,2%. Neste setor, a maior concentração de empresas ocorria na Região Norte, seguindo-se a Região de Lisboa, com valores próximos. Podemos concluir que, à semelhança do setor do comércio, existe um ligeiro desajustamento entre o volume de emprego e a localização geográfica das empresas.

À semelhança dos serviços às empresas, também nos serviços pessoais, os dados dos Quadros de Pessoal vêm confirmar a concentração de TPCO em Lisboa, seguindo-se a Região Norte e o Centro. Numa análise por subsetor, destacam-se as atividades termais (CAE 86905) que apresentam uma situação distinta, pois concentram cerca de 64,2% dos seus trabalhadores na Região Centro, ficando Lisboa apenas com 2,2% dos TPCO. De forma menos acentuada, as atividades de ginásios (CAE 93130) concentram a maioria dos TPCO na Região Norte – 38,3%, seguindo-se a Região de Lisboa com cerca de 31% dos trabalhadores. Por último, temos as atividades de bibliotecas, arquivos, museus e outras atividades culturais (CAE 910) como aquelas que concentram mais trabalhadores na Região de Lisboa, cerca de 39% de TPCO.

Figura n.º 30 – Distribuição do pessoal ao serviço por região geográfica no setor dos serviços pessoais, 2012



Fonte: INE, Sistema de Contas Integradas das Empresas

Em relação à distribuição dos trabalhadores por sexo, verifica-se que os serviços pessoais considerados apresentam uma taxa de feminização na ordem dos 64%. Na maioria dos serviços de bem-estar e saúde, a taxa de feminização acentua-se, em particular, nos salões de cabeleireiros (CAE 96021), atividades de bem-estar físico (CAE 96040) e atividades termais (CAE 86905) com 91%, 76% e 73,7%, respetivamente. As atividades dos clubes desportivos (CAE 93120) apresentam-se como exceção, pois apresentam uma taxa de masculinização elevada de 71,8%.

Em relação aos serviços culturais e recreativos, encontramos distribuições muito equilibradas entre mulheres e homens, salientando-se a taxa de feminização de 53%

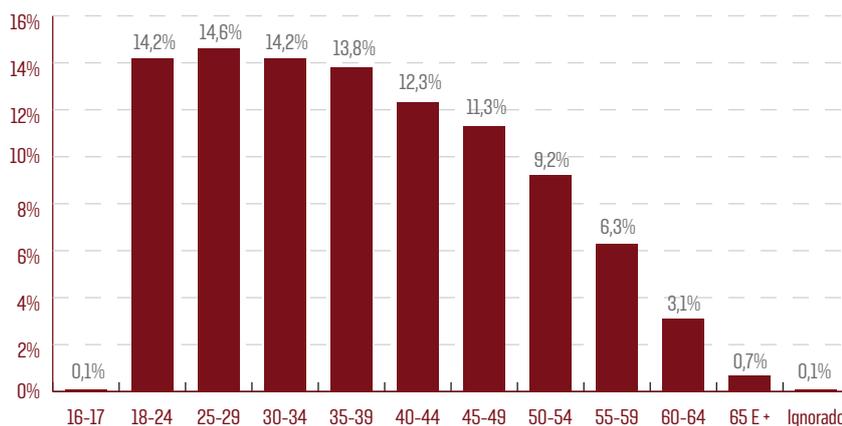
para as atividades das bibliotecas, arquivos, museus e outras atividades culturais (CAE 91) e a taxa de masculinização de 54,2% para atividades de diversão e recreativas (CAE 932) e de 51,2% para atividades de teatro, de música, de dança e outras atividades artísticas e literárias (CAE 90).

Através da análise dos TPCO por escalão etário nos serviços pessoais, no ano de 2012, constata-se uma concentração nos escalões 18 a 24, 25 a 29 e 30 a 34 anos que totalizam no seu conjunto, 43,1% de trabalhadores. Os trabalhadores entre os 16 e os 34 anos representam cerca de 43,2% do total e a taxa de emprego jovem cifra-se em 14,4%.

Já no que se refere a trabalhadores com mais de 44 anos, o setor detém cerca 43% neste escalão.

Numa desagregação por subsetor, destaca-se o subsetor dos serviços de saúde e bem-estar, cujas atividades de bem-estar físico (CAE 96040) e atividades de ginásio (CAE 93130), provavelmente pela natureza destas atividades, concentram a maioria dos seus ativos nos escalões até aos 35 anos com 67% e 62,5%, respetivamente. Naturalmente, são as atividades que apresentam menos trabalhadores nos escalões acima dos 44 anos, representando apenas 12%, em ambos os casos. A taxa de emprego jovem apresenta o seu valor mais significativo nas atividades de clubes desportivos (CAE 93120), tendo atingido 23,6%.

Figura n.º 31 – Distribuição dos TPCO por escalão etário nos serviços pessoais, 2012

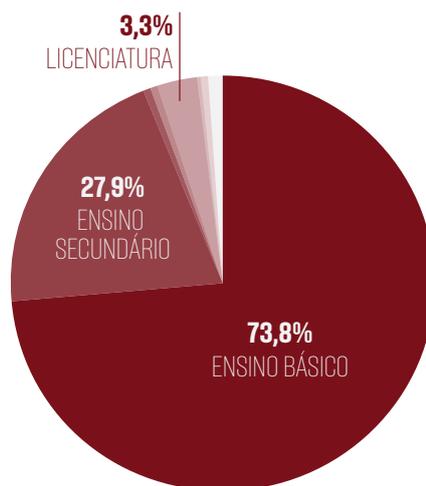


Fonte: Quadros de Pessoal, MTSS

Importa ainda mencionar que as taxas de emprego jovem apresentam os seus valores mais baixos nos serviços culturais e recreativos, com valores entre os 4% e os 8%. Neste subsetor, as atividades de diversão e recreativas (CAE 932) são as que apresentam uma concentração superior de trabalhadores até aos 34 anos (40,1%), ao passo que as outras atividades apresentam taxas na ordem dos 35% neste escalão.

Relativamente à distribuição dos TPCO por habilitações literárias salta à vista a fortíssima concentração de trabalhadores com o Ensino Básico, na ordem dos 74%, seguindo-se os trabalhadores com Ensino Secundário com 20,2%. Os TPCO licenciados são apenas 3,3%, apresentando os outros níveis de habilitações uma expressão residual.

Figura n.º 32 – Distribuição dos TPCO por habilitações literárias nos serviços pessoais, 2012



Fonte: Quadros de Pessoal, MTSS

Nos serviços de saúde e bem-estar encontram-se situações distintas nas diferentes atividades que os compõem. Assim, as atividades de ginásio (CAE 93130) e atividades de bem-estar físico (CAE 96040), como seria de esperar face à natureza das atividades, apresentam uma concentração de TPCO licenciados superior à média dos serviços pessoais, 25,3% e 24,8%, respetivamente. São também estas atividades que detêm o maior volume de TPCO com mestrado e doutoramento, as atividades de ginásio (CAE 93130) apresentam 1,6% de TPCO com mestrado e 0,9% com doutoramento e as atividades de bem-estar físico (CAE 96040) 1,2% com mestrado e 0,7% de TPCO doutorados. Inversamente, encontram-se as atividades de salões de cabeleireiro (CAE 96021) que têm apenas 0,7% de TPCO com licenciatura, tendo 77,1% dos TPCO habilitações ao nível do ensino básico.

Já os serviços culturais e recreativos apresentam nas atividades de teatro, de música, de dança e outras atividades artísticas e literárias (CAE 900) e nas atividades das bibliotecas, arquivos, museus e outras atividades culturais (CAE 910) um volume de TPCO com licenciatura que se situa nos 30% do total de TPCO, seguindo-se cerca de 28% com ensino secundário e entre 33% a 27% com ensino básico. Pode ainda referir-se que as atividades mencionadas são as que apresentam mais TPCO com mestrado e doutoramento. As atividades de teatro, de música, de dança e outras atividades artísticas e literárias (CAE 900) concentram 2,1% dos TPCO com mestrado e 1,1% com doutoramento e as atividades das bibliotecas, arquivos, museus e outras atividades culturais (CAE 910) 3,5% com mestrado e 0,5% com doutoramento.

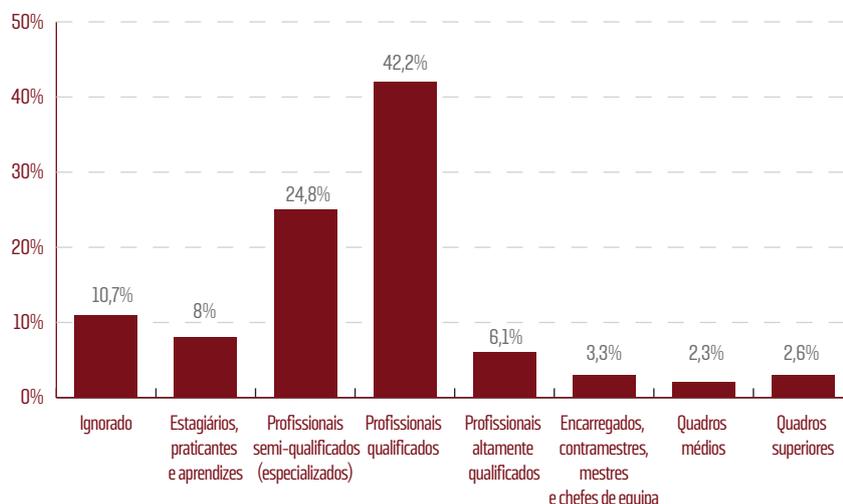
As atividades de diversão e recreativas (CAE 932) agrupam a maioria dos TPCO que as compõem ao nível das habilitações do ensino básico (47,8%) e ensino secundário (34,3%), seguindo-se os TPCO com licenciatura (12,5%).

Nos serviços pessoais, cerca de 42% do TPCO são profissionais qualificados, aproximadamente 25% são profissionais semiqualeificados (especializados) e 8% estagiários. Os quadros médios e superiores representam apenas 3% e 2%, respetivamente, o que se traduz numa taxa de enquadramento (TPCO Quadros Superiores e Médios/TPCO Total) de apenas 4,9%. Os profissionais altamente qualificados representam 6% do total de TPCO.

Os serviços culturais e recreativos, em particular as atividades de teatro, de música, de dança e outras atividades artísticas e literárias (CAE 900) apresentam a taxa de enquadramento mais significativa face às outras atividades do setor dos serviços pessoais, cerca de 28%. Em contrapartida, nos serviços de saúde e bem-estar, as atividades de salões de cabeleireiro (CAE 96021) apresentam o valor mais baixo 0,5%.

Em relação aos profissionais altamente qualificados são as atividades dos clubes desportivos (CAE 93120) que apresentam a maior distribuição, na ordem dos 35%. Verifica-se, ainda que os estagiários representam uma fatia significativa de TPCO nas atividades termais (CAE 86905) e estabelecimentos de bebidas (CAE 563) – 13,1% e 10,3%, respetivamente, o que poderá sugerir situações de maior precariedade no trabalho deste tipo de atividades.

Figura n.º 33 – Distribuição dos TPCO por nível de qualificação nos serviços pessoais, 2012



Fonte: Quadros de Pessoal, MTSS

Considerando a estrutura profissional dos serviços pessoais, devido ao elevado peso do setor da restauração, verifica-se que a grande maioria dos TPCO se concentra em profissões com ele relacionadas como “Empregado de mesa e bar” (29,40%) e “Cozinheiro” (13,44%). O peso dos “Outros trabalhadores relacionados com as vendas” é bastante expressivo (14,67% dos TPCO). No entanto, os cargos de direção representam apenas 4,74% do total de TPCO.

A estrutura profissional por subsetor permite constatar que:

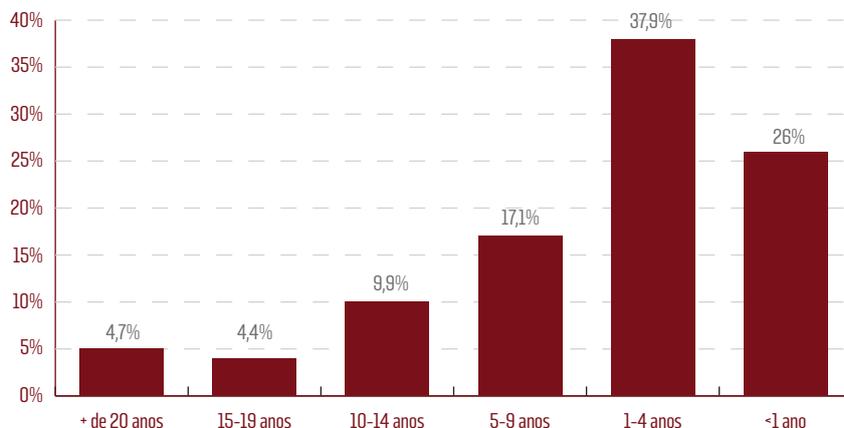
- Nas atividades de saúde e bem-estar são as profissões de “Cabeleireiro, esteticista e similares” que apresentam um peso mais expressivo, pois são cerca de 69,37% do total dos TPCO;
- No setor da restauração, para além das concentrações em linha com o setor de serviços pessoais, destacam-se os “Assistentes na preparação de refeições” com 13,76% dos TPCO;
- Nos serviços culturais e recreativos são os “Técnicos de nível intermédio das atividades culturais, artísticas e culinárias”, as “Outras profissões elementares” e os “Artistas criativos das artes do espetáculo” que detêm o maior peso de TPCO (6,81%, 6,16% e 6,06%, respetivamente).

Por último, a análise da antiguidade dos trabalhadores dos serviços pessoais permite verificar que, à semelhança dos outros setores em estudo, existe uma forte concentração de trabalhadores nas empresas há menos de 4 anos, estes representam cerca de 64% do total.

Salientam-se as atividades de ginásio (CAE 93130) e as atividades de bem-estar físico (CAE 96040) como as que agregam o maior número de TPCO nestas condições: 87% e 86%, respetivamente. Ao mesmo tempo, os trabalhadores que exercem funções nas empresas há mais de 15 anos são apenas 9% do total. Neste caso, distinguem-se as atividades de teatro, de música, de dança e outras atividades artísticas e literárias (CAE 900) como as que agrupam mais TPCO – cerca de 17%.

A distribuição desta estrutura profissional poderá sugerir alguma precariedade e instabilidade dos TPCO dos serviços pessoais, que não permite a fixação de postos de trabalho por períodos mais longos levando a rotatividades elevadas.

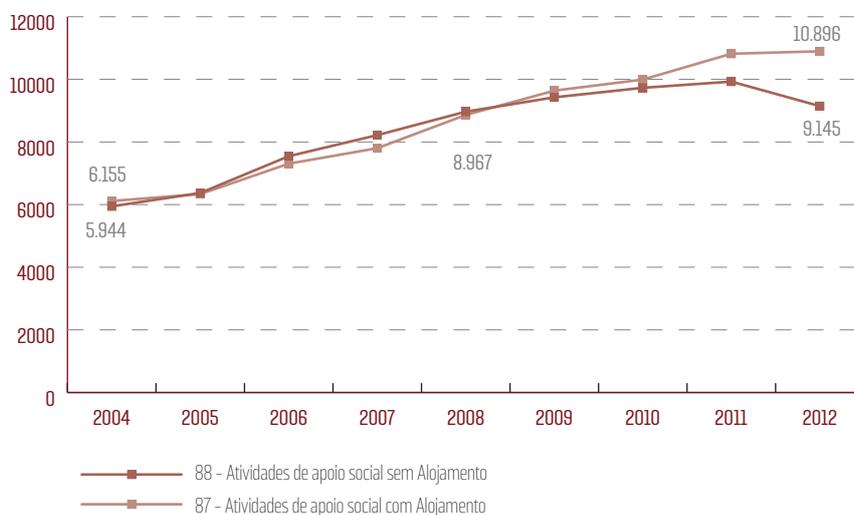
Figura n.º 34 – Antiguidade dos trabalhadores dos serviços pessoais, 2012



Fonte: Quadros de Pessoal, MTSS

O plano inicial não previa a análise do emprego no setor dos serviços de apoio social. Contudo, pela relevância crescente que o diagnóstico mostrou estar a ser assumida por este subsetor, entendeu-se útil apresentar um breve olhar sobre a evolução do emprego neste subsetor. Assim, considerando as CAE 87 e 88, verificamos que o emprego neste subsetor cresceu significativamente ao longo do período (+ 57%), incluindo após 2008, apenas se verificando um abrandamento a partir de 2011.

Figura n.º 35 – Evolução do número de pessoal ao serviço por subsectores dos serviços pessoais, 2004 – 2012



I.3 ELEMENTOS DE SÍNTESE MAIS RELEVANTES

I.3.1 COMÉRCIO

- Decréscimo do número de empresas no período 2004–2012, com particular relevância no setor do comércio a retalho;
- As empresas do setor do comércio apresentam um peso económico de 18,02% do total;
- Pequena dimensão das empresas e elevada concentração de trabalhadores em empresas até dez trabalhadores;
- Concentração das empresas e do emprego nas Regiões Norte e Lisboa e Vale do Tejo;
- O comércio por grosso gera cerca de 55% do volume de negócios do setor do comércio, ao passo que o comércio a retalho concentra cerca de 66% das empresas e 60% de pessoas ao serviço;
- Perda de 57 760 (– 7,5%) pessoas ao serviço no período de 2004–2012, em particular, no setor do comércio automóvel e de motociclos;
- O peso do emprego do comércio representa 20,3% do emprego total;
- A maioria dos trabalhadores concentra-se no comércio a retalho;
- Presença elevada de mulheres no mercado (taxa de feminização – 52%), exceto no comércio automóvel e de motociclos que apresenta taxa de masculinização de 81%;
- Cerca de 43% de trabalhadores têm menos de 35 anos;
- Predominância de ativos com habilitações literárias ao nível do Ensino Básico (54%), significativa expressão de ativos com o ensino secundário (32,5%) e baixa representatividade de licenciados (10,4%). Os profissionais qualificados predominam, representando cerca de 43% do emprego;
- Preponderância da categoria profissional “Outros Trabalhadores relacionado com vendas” (23% do total dos TPCO, em 2012), em particular no comércio a retalho;
- Elevado número de TPCO que estão no máximo há quatro anos nas empresas (47,8), sendo, contudo, o setor com menor representatividade neste indicador.

I.3.2 SERVIÇOS ÀS EMPRESAS

- Acréscimo do número de empresas no período 2004–2012 na ordem dos 64%, em particular nas atividades de serviços administrativos e de apoio (89,3%);
- As empresas do setor dos serviços às empresas geram um peso económico de 6,63% do total, com especial contributo das atividades de serviços administrativos e de apoio, transportes rodoviários de mercadorias e atividades de mudanças e atividades de consultoria para os negócios e a gestão;

- Pequena dimensão das empresas e elevada concentração de trabalhadores em empresas até dez trabalhadores;
- Concentração das empresas e do emprego nas Regiões Norte e Lisboa e Vale do Tejo, exceto das empresas de transportes rodoviários de mercadorias e atividades de mudanças que se concentram na Região Centro;
- As atividades de serviços administrativos e de apoio representam cerca de 75,4% das empresas e 55,2% das pessoas ao serviço, gerando um volume de negócios de 27%. Contudo, o maior contributo para o volume de negócio é dado pelos transportes rodoviários de mercadorias e atividades de mudanças – 35,3% do total;
- Aumento do número de trabalhadores no período de 2004–2012, em particular nas atividades de serviços administrativos e de apoio com uma variação positiva de 72%, exceto nas atividades de publicidade e nos transportes rodoviários de mercadorias e atividades de mudanças;
- O peso do emprego dos serviços às empresas representa 8,5% do total, relevando um crescimento de apenas 0,1 pontos percentuais face ao ano anterior;
- Elevada presença de homens no mercado de trabalho (63,3% de taxa de masculinização), exceto nas atividades de consultoria para os negócios e a gestão, nas atividades de serviços administrativos e de apoio prestados às empresas e outras atividades de consultoria, científicas, técnicas e similares;
- Os trabalhadores com menos de 35 anos representam 40,6% do total de trabalhadores;
- Cerca de 45% dos trabalhadores do setor dos serviços às empresas possuem ensino básico, seguindo-se 27,8% com habilitações ao nível do ensino secundário e 21,7% com licenciatura, sendo o subsetor mais qualificado;
- As atividades de consultoria para os negócios e a gestão e atividades do serviço de informação concentram a maioria dos trabalhadores licenciados, com valores na ordem dos 45%;
- Cerca de 49% dos TPCO dos serviços às empresas são profissionais altamente qualificados, seguindo-se os profissionais semiquilificados (especializados) que representam 15% e os quadros superiores 11% do total de TPCO;
- Predominância da categoria profissional “Motoristas de veículos pesados e de autocarros” (23,5%), uma vez que as atividades dos transportes rodoviários de mercadorias e atividades de mudanças concentram um grande número de TPCO;
- Elevada fatia de trabalhadores estão nas empresas apenas há quatro anos (61,8%).

I.3.3 SERVIÇOS PESSOAIS

- No período 2004 –2012, o setor dos serviços pessoais apresenta uma tendência mais ou menos constante, exceto no caso do subsetor da restauração que apresenta uma quebra significativa relativamente ao número de empresas; O peso do emprego dos serviços pessoais é de 7,9% face ao peso do emprego total;
- A restauração representa cerca de 63% das empresas, detém 78% das pessoas ao serviço e gera um volume de negócios na ordem dos 85% do valor total;

- O peso económico do setor dos serviços pessoais é de 3,39% do total, dando o setor da restauração (2,7%) um elevado contributo para este valor;
- O setor é constituído por empresas de pequena dimensão, exceto nas atividades de clubes desportivos e atividades termais que apresentam empresas de média dimensão;
- Existe uma clara concentração de empresas e do emprego nas Regiões Norte e Lisboa, exceto nas atividades termais que se concentram na Região Centro;
- Incremento do número de trabalhadores no período 2004–2012 (4,6%), exceto nas atividades termais que apresentam uma quebra na ordem dos 24%;
- Os serviços pessoais considerados apresentam uma taxa de feminização na ordem dos 64%, em particular nos salões de cabeleireiros, atividades de bem-estar físico e atividades termais (91%, 76% e 73,7%, respetivamente);
- Os trabalhadores entre os 16 e os 34 anos representam cerca de 43,2% do total
- Fortíssima concentração de trabalhadores com o Ensino Básico (74%), seguindo-se os trabalhadores com Ensino Secundário (20,2%) e os Licenciados (apenas 3,3%), constituindo o subsetor de atividade menos qualificado;
- As atividades de ginásio e atividades de bem-estar físico apresentam uma concentração de TPCO licenciados superior à média dos serviços pessoais (25,3% e 24,8%, respetivamente). Inversamente, encontram-se as atividades de salões de cabeleireiro que têm apenas 0,7% de TPCO com licenciatura;
- Os serviços culturais e recreativos apresentam nas atividades de teatro, de música, de dança e outras atividades artísticas e literárias e nas atividades das bibliotecas, arquivos, museus e outras atividades culturais um volume de trabalhadores com licenciatura que se situa nos 30% do total;
- Cerca de 42% dos TPCO são profissionais qualificados, aproximadamente 25% são profissionais semiquualificados (especializados) e 8% estagiários
- A grande maioria dos TPCO concentra-se em profissões relacionadas com o setor da restauração, como “Empregado de mesa e bar” (29,40%) e “Cozinheiro” (13,44%). O peso dos “Outros trabalhadores relacionados com as vendas” é também bastante expressivo (14,67% dos TPCO);
- Nas atividades de saúde e bem-estar são as profissões de “Cabeleireiro, esteticista e similares” que apresentam um peso mais expressivo (69,37%);
- Nos serviços culturais e recreativos são os “Técnicos de nível intermédio das atividades culturais, artísticas e culinárias”, as “Outras profissões elementares” e os “Artistas criativos das artes do espetáculo” que detêm o maior peso de TPCO (6,81%, 6,16% e 6,06%, respetivamente).
- À semelhança dos outros setores em estudo, existe uma forte concentração de trabalhadores nas empresas há menos de 4 anos, sendo o subsetor em que esta representatividade é maior com cerca de 64% do total.

I.4 CARACTERIZAÇÃO DA OFERTA FORMATIVA

Segundo dados relativos à oferta formativa financiada pelo Programa Operacional do Potencial Humano (POPH), verifica-se que foram desenvolvidas 145.243 ações de formação que envolveram cerca de 1.973.335 formandos com uma duração total de 35.492.706 horas. Destas ações constata-se que a sua maioria são ações de formação contínua, que envolveram cerca de 76% dos formandos totais e que correspondem a cerca de 60% do volume total de formação, conforme se pode verificar nos gráficos seguintes.

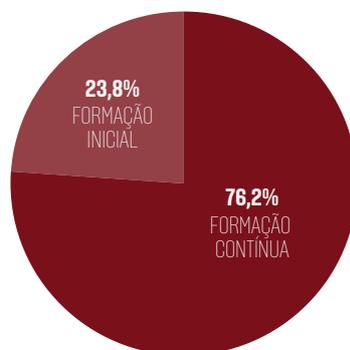
As ações de formação inicial apresentam uma duração média de aproximadamente 886,42 horas, claramente superior às ações de formação contínua que totalizam em média 79,71 horas.

Quadro n.º 2 – Formação Total, Inicial e Contínua

	Total	Inicial	Contínua
N.º ações	145 243	29 646	115 597
Duração Média (h)		886,42	79,71
Volume Total de Formação	1 082 797 712	435 722 495	647 075 217
N.º formandos da Ação em Saldo	1 973 335	469 250	1 504 085

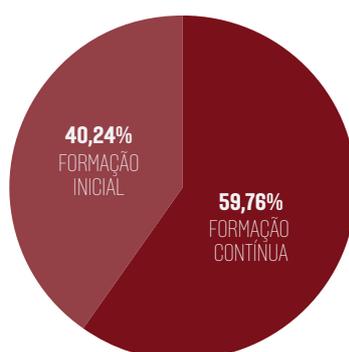
Fonte: POPH

Figura n.º 36 – N.º formandos da ação em Saldo



Fonte: POPH

Figura n.º 37 – Volume de formação

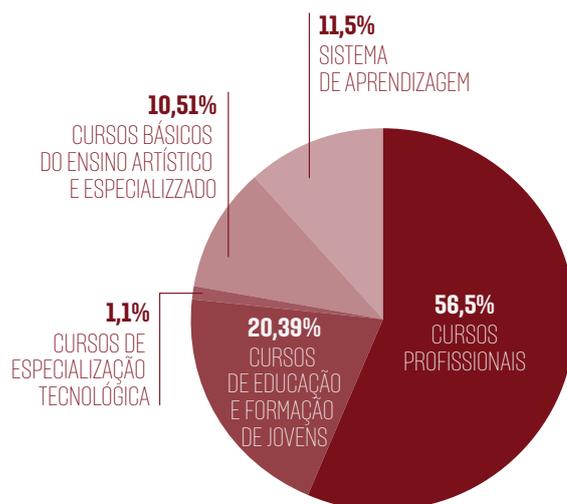


Fonte: POPH

I.4.1 FORMAÇÃO INICIAL JOVENS

Considerando apenas as ações de Formação Inicial é possível apurar que a grande maioria se inserem na tipologia Cursos Profissionais (1.2.), tendo envolvido 265.128 formandos num total de 469.250, o que corresponde a 56,5% do total. Seguem-se os Cursos de Educação e Formação de Jovens (1.3.) que concentraram quase 21% dos formandos envolvidos, as ações inseridas no Sistema de Aprendizagem (1.1.) que representam 11,50% do total de formandos e as ações de Cursos Básicos do Ensino Artístico e Especializado (1.6.) com 10,5%. Os Cursos de Especialização Tecnológica (1.4.) abrangem apenas 1,1% dos formandos totais.

Figura n.º 38 – Formação Inicial por tipologia



Fonte: POPH

Quando se desagrega a formação inicial por área de formação, verifica-se que cerca de 24% dos formandos frequentaram ações na área das Ciências Informáticas e que praticamente 15% participaram em ações de Hotelaria e Restauração. Para além destas áreas de formação mencionadas, conforme se pode ver pelo quadro seguinte as ações que abarcaram um maior número de formandos pertencem às áreas de Artes de Espetáculos, Audiovisuais e Produção dos media e Comércio. Estas áreas de formação concentraram cerca de 67% dos formandos.

Por outro lado, destacam-se as áreas da Terapia e Reabilitação, Artes, Ciências Empresariais, Serviços Pessoais, Bibliotecnia, arquivo e documentação como as áreas de formação que concentraram um menor número de formandos, aliás no seu total foram apenas 360 indivíduos, representando apenas 0,1% dos formandos totais.

Quadro n.º 3 – 5 áreas de formação que abrangem o maior número de formandos

TOP 5+	Nº formandos
Ciências informáticas	111 487
Hotelaria e restauração	70 171
Artes de espetáculos	57 345
Audiovisuais e produção dos media	40 257
Comércio	34 689

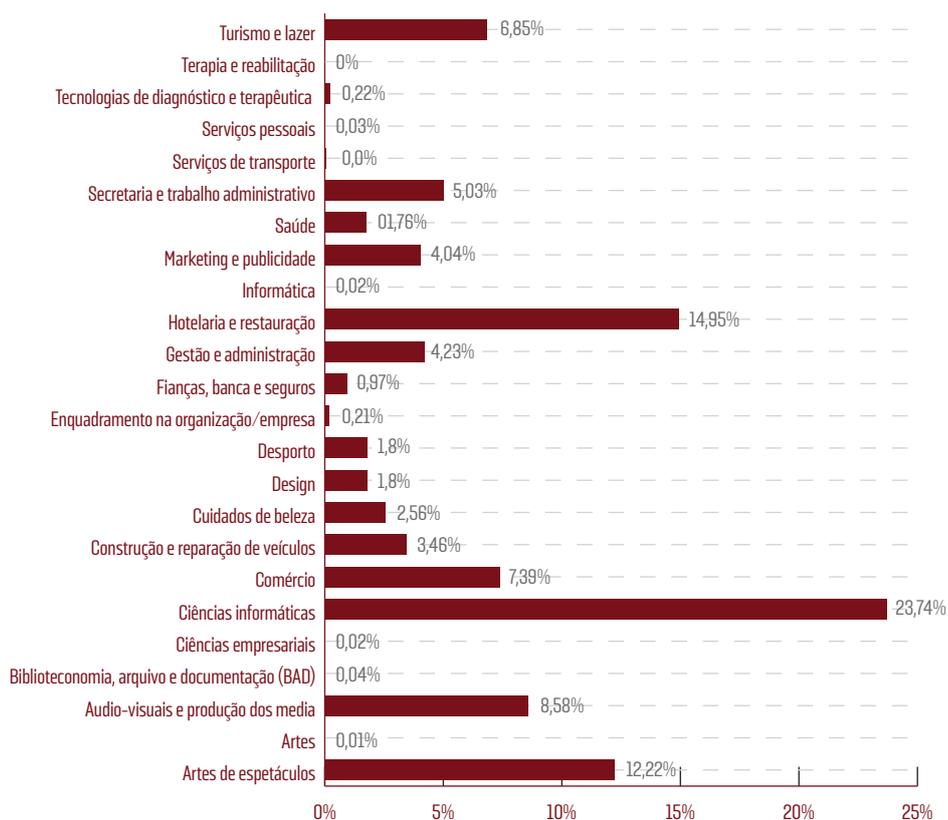
Fonte: POPH

Quadro n.º 4 – 5 áreas de formação que abrangem menor número de formandos

TOP 5–	Nº formandos
Biblioteconomia, arquivo e documentação	190
Serviços pessoais	127
Ciências empresariais	94
Artes	30
Terapia e reabilitação	17

Fonte: POPH

Figura n.º 39 – Distribuição do número de formandos por área de formação



Fonte: POPH

Em relação à duração média das ações de formação inicial, conforme já se mencionou acima as ações apresentam em média uma duração de 886,42 horas. Salientam-se as ações das áreas das Ciências Empresariais, Terapia e Reabilitação e Enquadramento na Organização/Empresa, como aquelas que apresentam uma duração média mais expressiva de 1.227 h, 1.200h e 1.083h, respetivamente. Inversamente, as ações relacionadas com Artes e Espetáculos, Informática e Artes são aquelas que apresentam uma duração média menor – 325,73h, 694,80h e 780h, respetivamente. O quadro seguinte permite visualizar a duração média de todas as áreas formativas abrangidas nas ações de formação inicial.

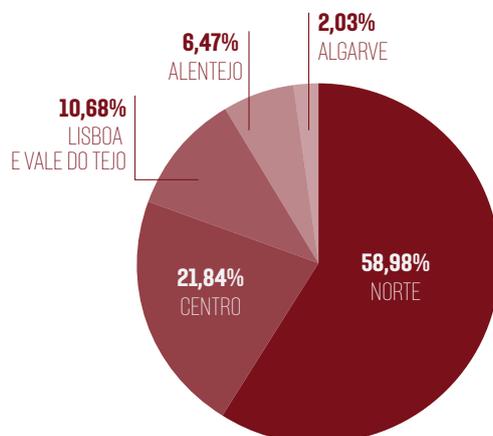
Quadro n.º 5– Duração média por área de formação

Área de Formação	Duração	N.º ações	Duração Média
Artes de espetáculos	1 578 822,5	4 847	325,73
Artes	780	1	780,00
Audiovisuais e produção dos media	2 260 640,5	2 209	1023,38
Biblioteconomia, arquivo e documentação (BAD)	11 430	12	952,50
Ciências empresariais	4 908	4	1227,00
Ciências informáticas	6 923 041	6 803	1017,65
Comércio	2 199 413	2 332	943,14
Construção e reparação de veículos	926 867	1 039	892,08
Cuidados de beleza	808 975	868	932,00
Design	466 902	464	1006,25
Desporto	397 551	391	1016,75
Enquadramento na organização/empresa	68 233	63	1083,06
Finanças, banca e seguros	243 452	276	882,07
Gestão e administração	1 117 116	1 216	918,68
Hotelaria e restauração	4 498 080	4 320	1041,22
Informática	3 474	5	694,80
Marketing e publicidade	1 025 881	1 007	1018,75
Saúde	413 864	402	1029,51
Secretariado e trabalho administrativo	1 438 455	1 472	977,21
Serviços de transporte	24 679,5	28	881,41
Serviços pessoais	9 346	9	1038,44
Tecnologias de diagnóstico e terapêutica	61 190,5	62	986,94
Terapia e reabilitação	1 200	1	1200,00
Turismo e lazer	1 794 521	1 815	988,72
TOTAL	26 278 822	29 646	886,42

Fonte: POPH

Por último, numa análise da distribuição regional dos formandos inseridos em ações de formação inicial constata-se que mais de metade das ações tiveram lugar na Região Norte (59%), seguindo a Região Centro (22%) e Lisboa e Vale do Tejo na terceira posição (11%). A Região do Alentejo concentrou cerca de 6,5% das ações e o Algarve apenas 2%.

Figura n.º 40 – Distribuição regional das ações de formação



Fonte: POPH

I.4.2 FORMAÇÃO CONTÍNUA

Ao abrigo da formação contínua foram realizadas 9.213.884 horas de formação, correspondentes a um volume de formação de 647.075.217 e que abrangeram 1.504.085 formandos. Pelos quadros abaixo, verifica-se que as ações inseridas nos Cursos de Educação e Formação de Adultos (2.2.) foram as que apresentam uma duração mais expressiva – 5.185.881, correspondendo a 56% da duração total. Contudo, são as ações de Formações Modulares Certificadas que apresentam o maior volume de formação e a maior fatia de formandos envolvidos – 139.557.734,5 h e 1.134.657 formandos.

O gráfico da página seguinte permite verificar a distribuição da formação contínua pelas várias tipologias de cursos e confirmar as conclusões mencionadas.

Quadro n.º 6 – Duração das ações de formação por tipologia

Duração total (h)	
2.2. Cursos de Educação e Formação Adultos	5 185 881
2.3. Formações modulares certificadas	3 055 698
3.2. Formação para a inovação e gestão	972 305
TOTAL	9 213 884

Fonte: POPH

Quadro n.º 7 – Volume de formação por tipologia

Volume de formação	
2.2. Cursos de Educação e Formação Adultos	139 557 734,5
2.3. Formações modulares certificadas	436 810 840
3.2. Formação para a inovação e gestão	70 706 643
TOTAL	647 075 217

Fonte: POPH

Quadro n.º 8 – Número de formandos por tipologia

Nº de formandos	
2.2. Cursos de Educação e Formação Adultos	70 364
2.3. Formações modulares certificadas	1 134 657
3.2. Formação para a inovação e gestão	299 064
TOTAL	1 504 085

Fonte: POPH

Em relação à distribuição das ações de formação por área de formação, constata-se que a área que reúne o maior número de formandos são as Ciências Informáticas com cerca de 24% dos formandos, tal como acontece nas ações de Formação Inicial. Seguem-se o Comércio com 18%, a Hotelaria e Restauração com 12%, o Secretariado e Trabalho administrativo com 9,5% e ações de Enquadramento na organização/empresa que concentram cerca de 9,2% do total de formandos. As cinco ações que reúnem mais formandos agregam cerca de 72,5% do total de formandos abrangidos pelas ações de formação contínua.

Por outro lado, as áreas de formação que concentram menos formandos representam apenas 0,03% dos formandos totais. Destaca-se a área de formação Artes como aquela que reúne o menor número de formandos, com apenas 32 formandos. Seguem-se as áreas de Informação e Jornalismo (41 formandos), Terapia e Reabilitação (67 formandos), Economia (120 formandos) e Serviços Pessoais (186 formandos).

Figura n.º 41 – Distribuição dos cursos de formação contínua por duração, volume de formação e n.º de formandos



Fonte: POPH

Quadro n.º 9 – 5 áreas de formação que abrangem o maior número de formandos

TOP 5+	N.º formandos
Ciências informáticas	363 721
Comércio	269 235
Hotelaria e restauração	176 847
Secretariado e trabalho administrativo	142 151
Enquadramento na organização/empresa	138 670

Fonte: POPH

Quadro n.º 10 – 5 áreas de formação que abrangem o menor número de formandos

TOP 5-	N.º formandos
Artes	32
Informação e Jornalismo	41
Terapia e reabilitação	67
Economia	120
Serviços pessoais	186

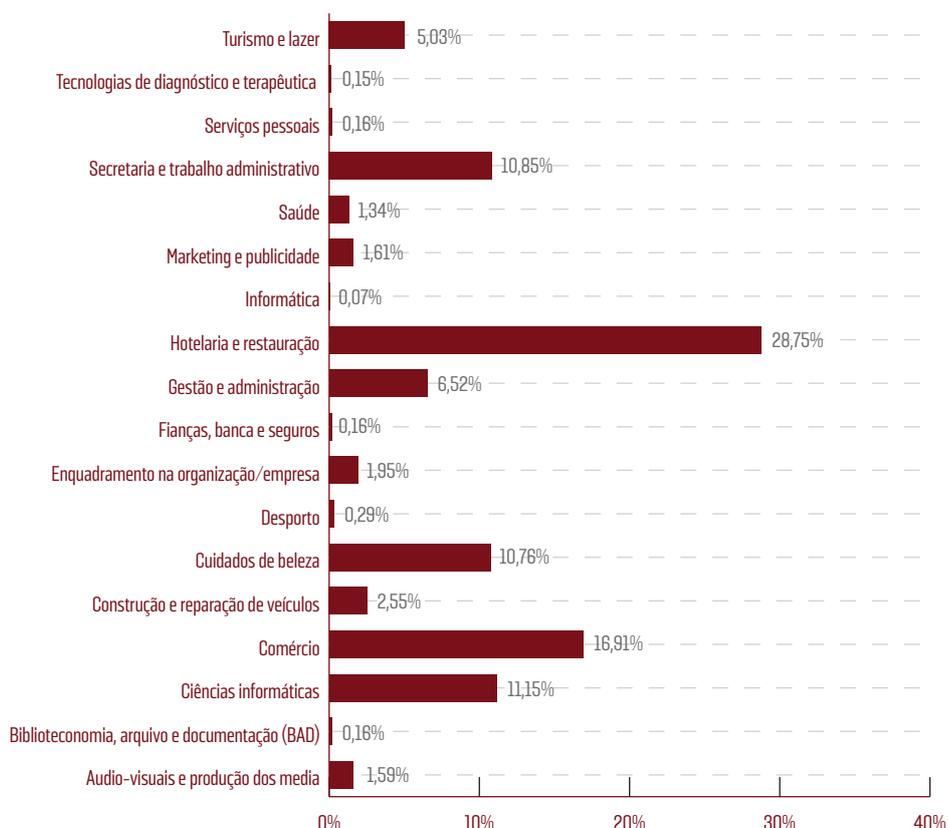
Fonte: POPH

I.4.3 CURSOS DE EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO DE ADULTOS (2.2.)

Tomando agora como referência os Cursos de Educação e Formação de Adultos, numa análise por área de formação constata-se que são as ações de Hotelaria e Restauração que concentram o maior número de formandos, cerca de 28,8%. Seguindo-se as ações na área do Comércio (16,9%), das Ciências Informáticas (11,5%), Secretariado e trabalho administrativo (10,85%) e Cuidados de beleza (10,76%). As ações destas áreas de formação concentram cerca de 78,4% dos formandos totais envolvidos em Cursos de Educação e Formação de Adultos. No extremo oposto, envolvendo apenas um total de 581 formandos, que representam 0,8% do total, encontramos, por

ordem crescente, as áreas de formação de Informática; Tecnologias de Diagnóstico e Terapêutica; Finanças, banca, seguros; Biblioteconomia, Arquivo e Documentação e Desporto. Os quadros a seguir confirmam os aspetos elencados.

Figura n.º 42 – Distribuição dos formandos por área de formação



Fonte: POPH

Quadro n.º 11 – 5 áreas de formação que abrangem o maior número de formandos

TOP 5+	Nº formandos
Hotelaria e restauração	20231
Comércio	11898
Ciências informáticas	7846
Secretariado e trabalho administrativo	7631
Cuidados de beleza	7571

Fonte: POPH

Quadro n.º 12 – 5 áreas de formação que abrangem o menor número de formandos

TOP 5-	Nº formandos
Tecnologias de diagnóstico e terapêutica	109
Finanças, banca e seguros	111
Biblioteconomia, arquivo e documentação (BAD)	112
Serviços pessoais	116
Desporto	201

Fonte: POPH

As ações de formação ligadas a Cursos de Educação e Formação de Adultos apresentam uma duração média de 1.150,9 horas. Destacam-se as áreas de formação do Desporto e da Finanças e Banca, como aquelas que apresentam uma duração média mais elevada – 1.891,9h e 1.664h, respetivamente – e as áreas da Saúde e Construção e Reparação de veículos como as que apresentam uma duração média inferior – 972,8 h e 978,1h, respetivamente.

Quadro n.º 13 – Duração média por área de formação

Área de formação	Duração	Nº ações	Duração média
Audiovisuais e produção dos media	92 782,5	67	1 384,8
Biblioteconomia, arquivo e documentação (BAD)	10 187	8	1 273,4
Ciências informáticas	684 250,5	485	1 410,8
Comércio	780 154,5	733	1 064,3
Construção e reparação de veículos a motor	127 158	130	978,1
Cuidados de beleza	512 130,5	519	986,8
Desporto	22 703	12	1 891,9
Enquadramento na organização/empresa	111 499,5	87	1 281,6
Finanças, banca e seguros	8 324	5	1 664,8
Gestão e administração	323 355	266	1 215,6
Hotelaria e restauração	1 478 543,5	1 368	1 080,8
Informática	5 655	3	1 885,0
Marketing e publicidade	80 302	71	1 131,0
Saúde	49 613	51	972,8
Secretariado e trabalho administrativo	563 266,5	468	1 203,6
Serviços Pessoais	10 370	7	1 481,4
Tecnologias de diagnóstico e terapêutica	9 462,5	6	1 577,1
Turismo e lazer	316 124	220	1 436,9
TOTAL	5 185 881	4 506	1 150,9

Fonte: POPH

À semelhança da Formação Inicial, a grande maioria dos formandos concentram-se na Região Norte (49,71%), seguindo-se a Região Centro (22,16%), Lisboa e Vale do Tejo (14,35%) e o Alentejo (12,15%). A Região do Algarve reúne apenas 1,68% dos formandos totais.

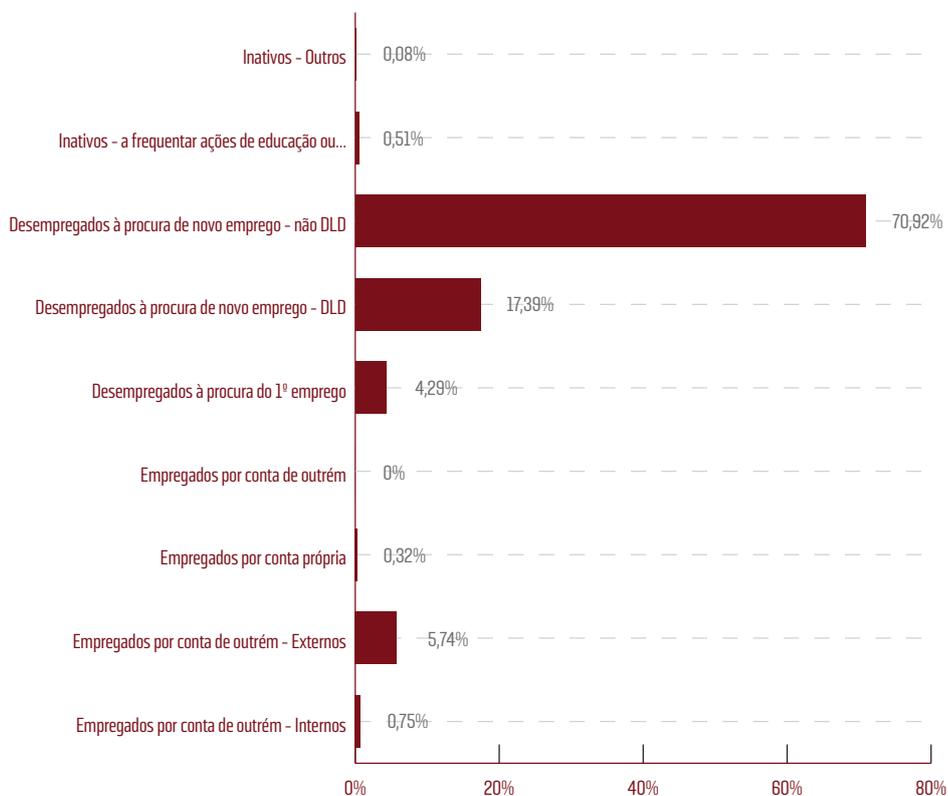
Figura n.º 43 – Distribuição regional dos formandos



Fonte: POPH

Quando analisada a situação face ao emprego, verifica-se que uma franca maioria dos formandos são desempregados à procura de novo emprego há menos de um ano (cerca de 71%). Os desempregados à procura de novo emprego de longa duração são cerca de 17,4% dos formandos, seguindo-se 5,74% de empregados por conta de outrem – externos.

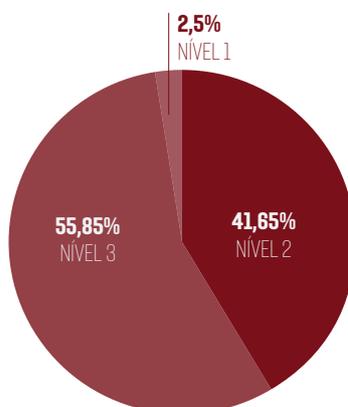
Figura n.º 44 – Distribuição dos formandos por situação face ao emprego



Fonte: POPH

Relativamente à distribuição dos formandos por nível de formação no final da ação, constata-se que cerca de 56% atingiram o Nível 3, isto é, o Ensino Secundário vocacionado para prosseguimento de estudos de níveis superiores. Outra importante fatia concluiu o Nível 2 – 3º ciclo do ensino básico obtido no ensino regular ou por percursos de dupla certificação.

Figura n.º 45 – Distribuição dos formandos por nível de formação atingido no final

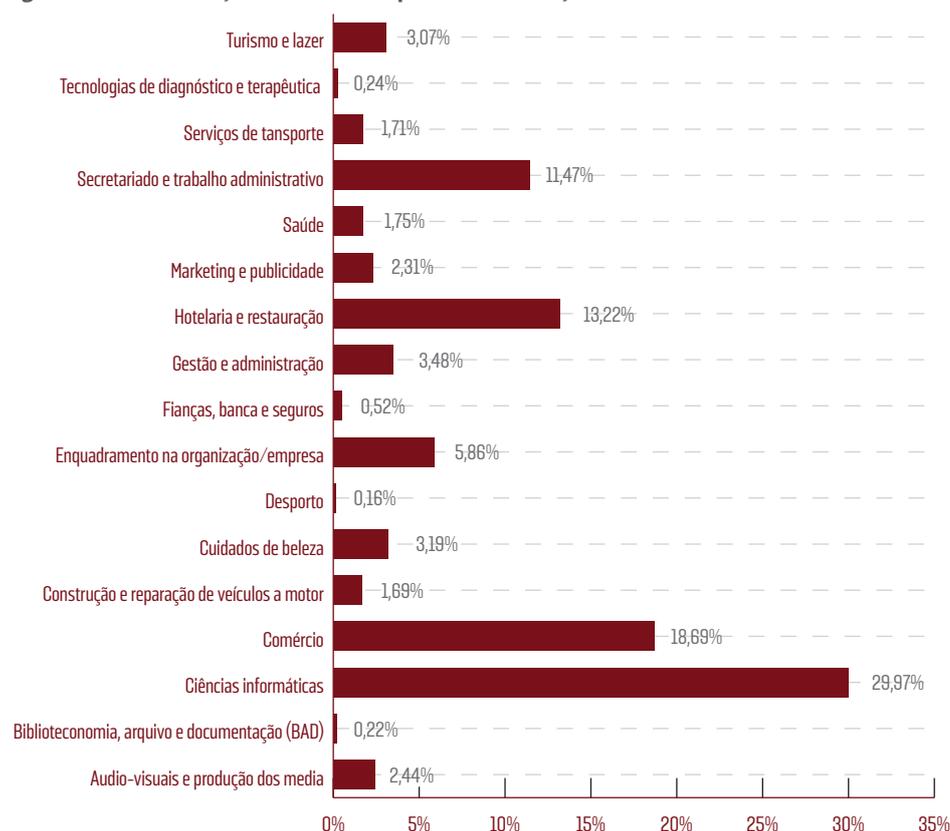


Fonte: POPH

I.4.4 FORMAÇÕES MODULARES CERTIFICADAS (2.3.)

Olhando agora para as ações de formações modulares certificadas, apura-se uma distribuição em linha com o total da Formação Contínua, uma vez que as Ciências Informáticas são a área de formação que concentra mais formandos, correspondentes a 30% do total. Seguem-se as áreas do comércio com 19%, Hotelaria e Restauração com 13,22%, Secretariado e Trabalho Administrativo que detém 11,47% e Enquadramento na Organização/ Empresa com quase 6%. As cinco áreas de formação mencionadas concentram quase 80% dos formandos totais inseridos em ações de formações modulares certificadas.

Figura n.º 46 – Distribuição dos formandos por área de formação



Fonte: POPH

Quadro n.º 14 – 5 áreas de formação que abrangem o maior número de formandos

TOP 5+	Nº formandos
Ciências Informáticas	340 110
Comércio	212 087
Hotelaria e restauração	150 030
Secretariado e trabalho administrativo	130 146
Enquadramento na organização/empresa	66 490

Fonte: POPH

Em relação às áreas de formação com menos formandos salienta-se a área do Desporto com apenas 1.824 formandos, seguindo-se a Biblioteconomia, arquivo e documentação (BAD) com cerca de 2.500 formandos e as Tecnologias de diagnóstico e terapêutica com 2.761 formandos. Com um número mais elevado de formandos aparecem as ações ligadas às Finanças, banca e seguros (5.858 formandos) e a Construção e reparação de veículos a motor (19.173 formandos). Estas cinco áreas de formação abrangem apenas cerca de 3% do total de formandos abrangidos.

Quadro n.º 15 – 5 áreas de formação que abrangem o menor número de formandos

TOP 5–	Nº formandos
Desporto	1 824
Biblioteconomia, arquivo e documentação (BAD)	2 498
Tecnologias de diagnóstico e terapêutica	2 761
Finanças, banca e seguros	5 858
Construção e reparação de veículos a motor	19 173

Fonte: POPH

Considerando a duração média das ações de formação, constata-se que, em média, as ações duram 37,94 horas. Destacam-se pela sua duração média superior, as ações de Turismo e Lazer com 43,73 horas e, no extremo oposto, as ações relativas a Serviços de Transporte com uma duração média de 27,88 horas. Esta tipologia de cursos apresentam uma duração média bastante inferior à duração média dos Cursos de Educação e Formação de Adultos (2.1).

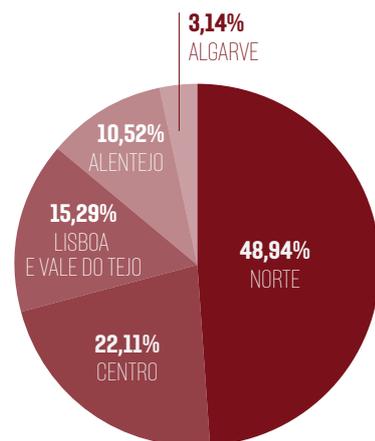
Quadro n.º 16 – Duração média por área de formação

Área de formação	Duração	Nº ações	Duração média
Audio-visuals e produção dos media	70 268	1 986	35,38
Biblioteconomia, arquivo e documentação (BAD)	7 438	171	43,50
Ciências Informáticas	1 030 492	24 993	41,23
Comércio	590 003	15 079	39,13
Construção e reparação de veículos a motor	50 566	1 389	36,40
Cuidados de beleza	102 415	2 486	41,20
Desporto	4 609	135	34,14
Enquadramento na organização/empresa	185 326	4 694	39,48
Finanças, banca e seguros	15 075	353	42,71
Gestão e administração	98 930	2 780	35,59
Hotelaria e restauração	337 297	10 489	32,16
Marketing e publicidade	59 838	1 898	31,53
Saúde	48 000	1 291	37,18
Secretariado e trabalho administrativo	312 525	9 080	34,42
Serviços de transporte	32 371	1 161	27,88
Tecnologias de diagnóstico e terapêutica	7 075	194	36,47
Turismo e Lazer	103 472	2 366	43,73
TOTAL	3 055 698	80 545	37,94

Fonte: POPH

Quando se observa a distribuição geográfica, mais uma vez se assiste a uma concentração de formandos na Região Norte – cerca de 49%, seguindo-se a Região Centro com 22,11% e Lisboa e Vale do Tejo com 15,29% do total. A Região do Alentejo agrega cerca de 10,5% do total e o Algarve cerca de 3% face ao total. O gráfico seguinte ilustra a situação descrita.

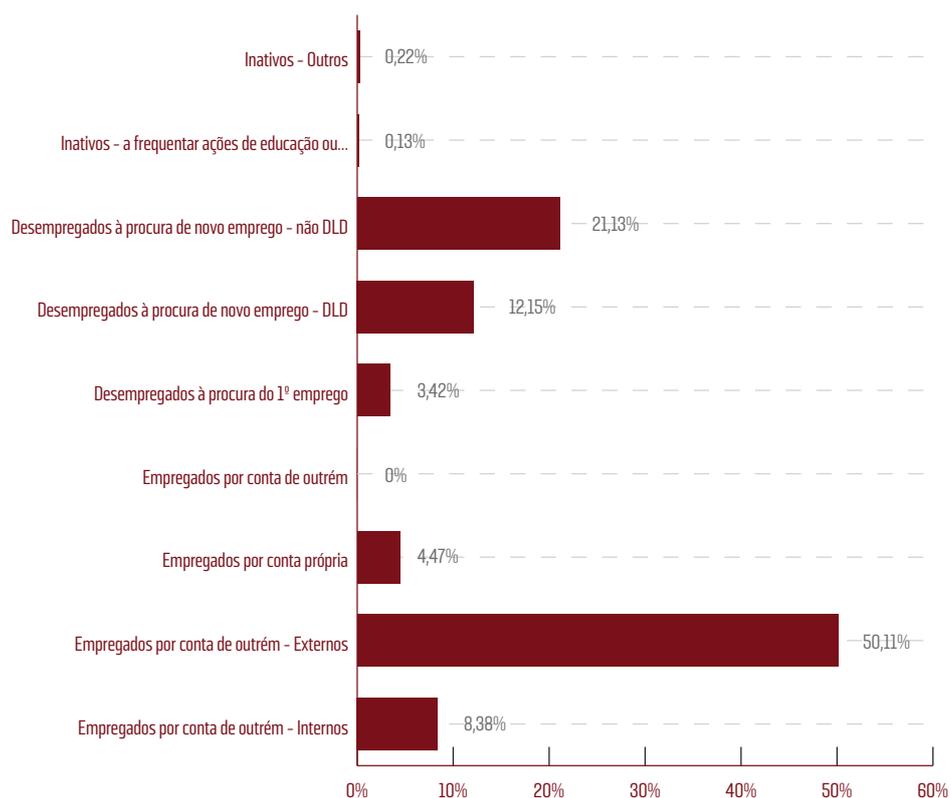
Figura n.º 47 – Distribuição regional dos formandos



Fonte: POPH

Cerca de metade dos formandos que frequentaram ações de formação modulares certificadas são empregados por conta de outrem – externos. Os desempregados à procura de novo emprego de curta duração representam cerca de 21,13% do total de formandos, seguindo-se os desempregados de longa duração com 12,15%.

Figura n.º 48 – Distribuição dos formandos por situação face ao emprego



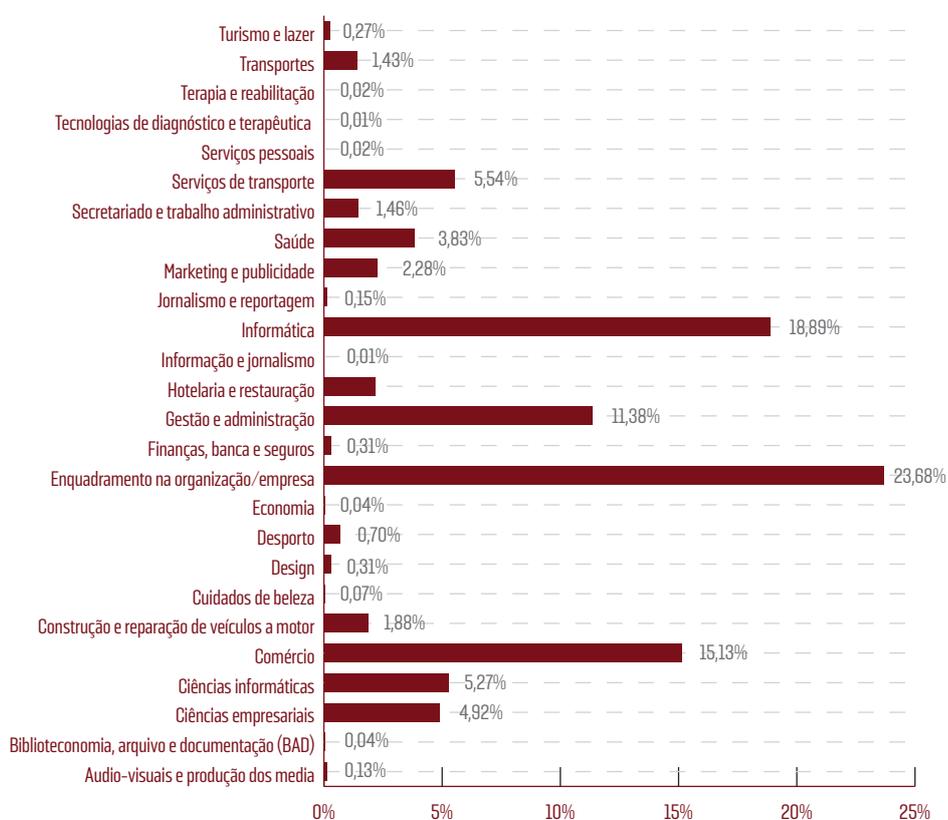
Fonte: POPH

I.4.5 FORMAÇÃO PARA A INOVAÇÃO E GESTÃO

A Formação para a Inovação e Gestão concentrou a maioria dos seus formandos nas áreas do Enquadramento na organização/empresa (23,68%), Informática (18,89%), Comércio (15,13%), Gestão e Administração (11,38%) e Serviços de Transporte (5,54%). Estas cinco áreas de formação agrupam cerca de 74,6% dos formandos inseridos nesta tipologia de cursos. Por outro lado, as áreas de formação que concentram uma menor percentagem de formandos representam apenas 0,08% dos formandos totais.

Destaca-se a área de formação Artes como aquela que reúne o menor número de formandos, com apenas 32 formandos. Seguem-se as áreas de Informação e Jornalismo (41 formandos), Tecnologias de diagnóstico e terapêutica (43 formandos), Terapia e reabilitação (67 formandos) e os Serviços Pessoais (70 formandos).

Figura n.º 49 – Distribuição dos formandos por área de formação



Fonte: POPH

Quadro n.º 17 – 5 áreas de formação que abrangem o maior número de formandos

TOP 5+	Nº de formandos
Enquadramento na organização/empresa	70.807
Informática	56.485
Comércio	45.250
Gestão e administração	34.021
Serviços de transporte	16.576

Fonte: POPH

Quadro n.º 18 – 5 áreas de formação que abrangem o menor número de formandos

TOP 5-	Nº de formandos
Artes	32
Informação e jornalismo	41
Tecnologias de diagnóstico e terapêutica	43
Terapia e reabilitação	67
Serviços pessoais	70

Fonte: POPH

A duração média das ações de Formação para a Inovação e Gestão têm uma duração média de 31,83 horas, destacando-se a área da Informação e Jornalismo pela sua duração de 79,5 e, na posição contrária, a área de formação das Artes cuja duração média se situa nas 18,5 horas.

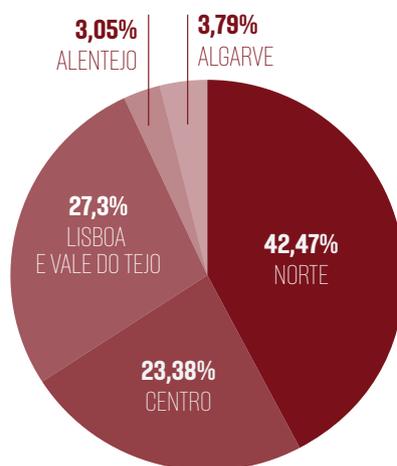
Quadro n.º 19 – Duração média por área de formação

Área de Formação	Duração	Nº de ações	Duração média
Artes	74	4	18,50
Audiovisuais e produção dos media	1 478	51	28,98
Biblioteconomia, arquivo e documentação (BAD)	329	12	27,42
Ciências empresariais	35 061	1 387,0	25,28
Ciências informáticas	68 355	1 751,0	39,04
Comércio	103 849	4 355,0	23,85
Construção e reparação de veículos a motor	17 296	594	29,12
Cuidados de beleza	661	25	26,44
Design	3 494	104	33,60
Desporto	4 140	153	27,06
Economia	606	13	46,62
Enquadramento na organização/empresa	276 526	7 215,0	38,33
Finanças, banca, seguros	2 561	103	24,86
Gestão e administração	103 808	3 591,0	28,91
Hotelaria e restauração	17 214	660	26,08
Informação e jornalismo	318	4	79,50
Informática	223 668	6 230	35,90
Jornalismo e reportagem	1 243	47	26,45
Marketing e Publicidade	20 900	738,0	28,32
Saúde	20 337	973,0	20,90
Secretariado e trabalho administrativo	13 075	468	27,94
Serviços de transporte	43 448	1 547,0	28,09
Serviços pessoais	230	8	28,75
Tecnologias de diagnóstico e terapêutica	87	4	21,75
Terapia e reabilitação	217	7	31,00
Transportes	11 123	421	26,42
Turismo e lazer	2 211	81	27,30
TOTAL	972 305	30 546	31,83

Fonte: POPH

Tal como acontece quer nos cursos de formação inicial, quer nos outros cursos de formação contínua a maioria dos formandos concentram-se na Região Norte – cerca de 42,47%. Mas contrariamente, ao que acontece nos outros cursos, neste caso a Região de Lisboa e Vale do Tejo ocupa a segunda posição, agrupando cerca de 27,3% dos formandos, seguindo-se a Região Centro com 23,38%. Seguidamente aparece o Algarve com 3,79% e o Alentejo com 3,05% do total dos formandos.

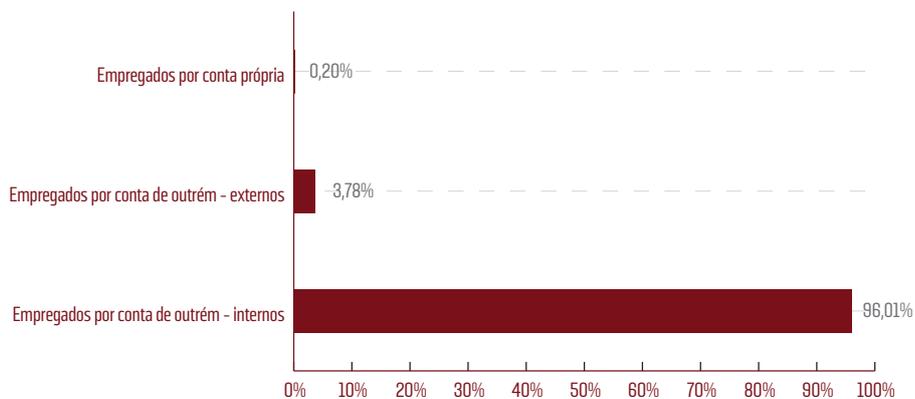
Figura n.º 50 – Distribuição Regional dos Formandos



Fonte: POPH

Por último, importa ainda referir que a larga maioria dos formandos que participaram nas ações de Formação para a Inovação e Gestão são empregados por conta de outrem – internos – 96,01% do total de formandos.

Figura n.º 51 – Distribuição dos formandos por situação face ao emprego



II. DIMENSÃO PROSPETIVA DO DIAGNÓSTICO

Nesta dimensão da análise procurar abordar-se o diagnóstico do setor do comércio e serviços a partir de informação qualitativa e quantitativa que abra caminho para uma leitura de cariz mais prospetiva das dinâmicas de evolução do setor no curto e médio prazo e das necessidades de desenvolvimento de competências e qualificações que daí resultam. Assim, concilia-se a análise de informação recolhida através de fontes documentais de pendor mais qualitativo com a análise de informação de pendor mais quantitativo recolhida através de processos de inquirição vocacionados para a recolha de informação de antecipação das necessidades de qualificação.

II.1 ANÁLISE SÍNTESE DOS DIAGNÓSTICOS PRODUZIDOS NO ÂMBITO DE PROJETOS DE APOIO AS PME

Neste ponto do Relatório procura enriquecer-se o roteiro de análise de necessidades de formação, mobilizando a informação recolhida no âmbito dos exercícios de diagnóstico realizados no programa formação-ação gerido pela CCP – Programa Dinamizar III – durante o QREN. Com efeito, os projetos apoiados no Programa Dinamizar visavam contribuir para o reforço da competitividade, mudança e inovação nas pequenas e médias empresas do setor do comércio e serviços e pressupunham a realização de um diagnóstico inicial com o objetivo de identificar fragilidades e domínios de aposta que importava considerar no âmbito dos projetos de formação-ação. Em particular, relevam os desafios de desenvolvimento que têm impacto ao nível da formação profissional dos empresários e dos trabalhadores das empresas.

A introdução desta dimensão qualitativa traz para o diagnóstico informação aprofundada recolhida junto de uma amostra de 242 empresas dos subsectores do Comércio, Serviços às Pessoas e Serviços às Empresas, que foram alvo de intervenção no âmbito do Programa Dinamizar III. Para além de proporcionar um conhecimento detalhado de uma amostra significativa de empresas, recolhido de forma direta e personalizada junto de empresários e dirigentes, esta informação tem também a virtude de proporcionar

um retrato atualizado na medida em que se trata de empresas intervencionadas pelo Programa nos anos mais recentes¹.

Pela extensão da informação em causa, a opção de tratamento recaiu na elaboração de um exercício de sistematização e síntese que retenha e categorize as principais linhas de força que sobressaem do conjunto de diagnósticos produzidos no Programa. Com este objetivo, adotou-se como esquema para arrumação da informação as principais áreas funcionais do setor que adiante também são utilizadas no âmbito da identificação das tendências de evolução, ou seja, gestão e administração, vendas e marketing, atendimento e prestação de serviços.

Da análise da informação evidenciam-se duas conclusões de ordem geral.

- A primeira conclusão respeita à homogeneidade dos problemas das empresas nas áreas da gestão, vendas, marketing e prestação do serviço, independentemente dos subsectores a que pertencem, o que significa que os três subsectores estão confrontados com fragilidades comuns em áreas cruciais para a sustentabilidade dos negócios.
- A segunda conclusão relaciona-se com a proeminência das problemáticas da gestão e do modelo organizacional das empresas e com a sua diversidade, que percorre as diferentes áreas da gestão estratégica e operacional.

O quadro seguinte explicita de forma mais detalhada as fragilidades recenseadas em cada um dos subsectores, segundo as três áreas funcionais consideradas.

¹ Subamostra de 242 empresas dos sectores considerados no estudo constituída a partir das empresas abrangidas por 16 entidades beneficiárias participantes no Programa formação-ação Dinamizar III. Informação extraída dos relatórios de avaliação final produzidos pelas entidades beneficiárias e tratada qualitativamente pela Quaternaire Portugal.

Quadro n.º 20 – Listagem de áreas-problema, por área funcional, de uma amostra de empresas participantes no Dinamizar III

Setor	Gestão e administração	Vendas e marketing	Atendimento / Prestação de serviços
Comércio [amostra de 153 empresas]	<ul style="list-style-type: none"> • Indefinição ou definição pouco clara de uma estratégia de desenvolvimento empresarial (p.e. ausência de ferramentas / incapacidade de realização de um diagnóstico e plano empresarial) • Fragilidades no controlo de gestão (p.e. ausência de cálculo de indicadores, ausência de controlo de custos, falha na integração de dados informáticos, dificuldades na otimização do software de gestão, inexistências de bases de dados de clientes) • Fragilidades na gestão administrativa (p.e. dificuldades na gestão documental) • Fragilidades na gestão económico-financeira (p.e. má gestão das cobranças, prazos de recebimentos elevados face aos prazos de pagamentos, baixas margens / níveis de rentabilidade, fraca capacidade de realizar investimentos, interdição no recurso ao crédito) • Fragilidades na gestão de recursos humanos (p.e. ausência de estratégia de comunicação interna, trabalho de equipa deficiente, definição pouco clara das funções dos colaboradores, ausência de mecanismos progressão na carreira, inexistência ou incumprimento de um plano de formação, necessidades de desenvolvimento de competências, ausência de objetivos de desempenho, ausência de definição de metodologia de avaliação de desempenho, resistência à adaptação e mudanças, conflitos internos devido à sobreposição relacionamentos familiares / relacionamentos profissionais) • Fragilidades na gestão logística (p.e. inexistência de gestão e controlo de stocks, baixo controlo do processo de distribuição, elevados custos com logística, necessidades de reorganização do ponto de venda e/ou do armazém e/ou oficina de trabalho, falta de inovação tecnológica, ausência de planos de manutenção dos equipamentos) • Fragilidades na gestão da produção (p.e. inexistência de planeamento da produção, inexistência da definição de procedimentos, ausência de controlo da produção, desconhecimento de requisitos legais obrigatórios) • Dificuldades de formalização de uma estratégia de internacionalização • Ausência ou dificuldade de manutenção de um sistema de gestão da qualidade 	<ul style="list-style-type: none"> - Indefinição da política comercial, de marketing e de comunicação externa - Inexistência de um plano de vendas, marketing e de comunicação externa - Ausência de ações de marketing e divulgação (p.e. conceção e divulgação da imagem, disposição dos produtos na loja, má realização do vitrinismo e merchandising, ausência de materiais de divulgação, baixa adequabilidade das embalagens do produto) - Ausência de ações de e-marketing (p.e. inexistência/desatualização de site, inexistência de canais de venda on-line, ausência da presença nas redes sociais, ausência de comunicação externa on-line) - Falta de inovação no produto / serviços vendidos (p.e. desajustamento da gama de produtos face ao mercado) - Necessidades de formação em vendas e comercialização (p.e. ausência de proatividade comercial na venda cruzada, fragilidades no conhecimento do próprio produto) - Ausência de estruturação de serviços de apoio pós-venda (p.e. ausência de avaliação de satisfação dos clientes, indefinição de tratamento de reclamações, ausência de controlo de não conformidades na prestação dos serviços, falta de instrumentos de fidelização dos clientes) 	<ul style="list-style-type: none"> - Indefinição de procedimentos de atendimento ao cliente - Fragilidades de competências na realização do atendimento ao cliente - Fragilidade na comunicação com os clientes (p.e., línguas estrangeiras)

Setor	Gestão e administração	Vendas e marketing	Atendimento / Prestação de serviços
Serviços às pessoas [amostra de 80 empresas]	<ul style="list-style-type: none"> - Ausência de planeamento estratégico (p.e. ausência de inovação em novas áreas de negócio, inexistência de normas e regulamentos internos, desconhecimento do setor de atividade onde opera) - Fragilidades no controlo de gestão (p.e. ausência de mecanismos de controlo económico-financeiro, ausência de indicadores, utilização deficitária do software de apoio à gestão) - Fragilidades na gestão económico-financeira (p.e. dificuldade de interpretação dos dados contabilísticos, ausência de um instrumento de controlo orçamental, desajustamento das margens de lucro praticadas) - Fragilidades na gestão de recursos humanos (p.e. ausência de definição de funções, inexistência de planos de formação, inexistência de práticas avaliação de desempenho, falta de motivação dos colaboradores, baixos índices de produtividade) - Fragilidades na gestão da produção / prestação de serviço (p.e. desconhecimento de requisitos legais) - Fragilidades na gestão das infraestruturas (p.e. inexistência de parque de estacionamento, fraca luminosidade, inexistência de rampas de acesso, infraestruturas degradadas, ausência de espaço para fornecimento de serviços complementares) 	<ul style="list-style-type: none"> - Indefinição da política comercial, de marketing e de comunicação externa - Ausência de ações de marketing e divulgação (p.e. indefinição de marca e imagem corporativa) - Ausência de ações de e-marketing - Ausência do controlo do processo de venda - Necessidades de formação em vendas e comercialização - Ausência de estruturação de serviços de apoio pós-venda (p.e. indefinição de tratamento de reclamações, ausência de avaliação de satisfação dos clientes) 	<ul style="list-style-type: none"> - Indefinição de procedimentos de atendimento ao cliente - Fragilidades de competências na realização do atendimento ao cliente - Fragilidades de competências na realização de aconselhamento do cliente - Necessidade de maior proatividade na prestação do serviço - Má gestão do tempo de espera no atendimento ao cliente - Necessidade de inovação no processo de atendimento ao cliente
Serviços às empresas [amostra de 9 empresas]	<ul style="list-style-type: none"> - Ausência de gestão estratégica (p.e. necessidade estabelecer parcerias estratégicas, fragilidade das capacidades internas em decisões de gestão) - Fragilidades no controlo de gestão (p.e. ausência de cálculo de indicadores) - Fragilidades na gestão económico-financeira (p.e. dificuldade na interpretação de dados contabilísticos, elevado endividamento) - Fragilidades na gestão de recursos humanos (p.e. ausência de política de recursos humanos, necessidades de desenvolvimento de competências, ausência de planeamento de formação, ausência de manual de funções) - Fragilidades na gestão da prestação do serviço (p.e. inexistência da definição de procedimentos) 	<ul style="list-style-type: none"> - Indefinição da política comercial, de marketing e de comunicação externa - Ausência de ações de marketing e divulgação (p.e. inexistência de campanhas de marketing) - Ausência de ações de e-marketing (p.e. site disfuncional) - Indefinição de objetivos comerciais 	

A análise da informação apresentada anteriormente permite outras ilações com pertinência para a compreensão das áreas críticas com que se confrontam as empresas que compõem esta amostra e suas repercussões nos empregos.

No que respeita à gestão e ao modelo organizacional são identificadas fragilidades comuns aos três subsetores em análise que incidem em pilares fundamentais da sustentabilidade dos negócios, nomeadamente a gestão estratégica e planeamento global, a gestão financeira, a gestão de recursos humanos e a própria gestão e organização da produção/ prestação de serviço. São exceções a esta tendência comum, as referências relacionadas com a logística e com o comércio internacional, presumivelmente mais relevantes nas empresas de maior dimensão do Comércio, e com a gestão das infraestruturas nas empresas dos Serviços às Pessoas.

Quanto à dimensão das vendas e do marketing os pontos fracos recenseados apontam para limitações na definição da política comercial, nas ações de marketing e nos serviços pós-venda. Note-se que a utilização das TIC como meio de comunicação e comercialização figura como área de fragilidade comum aos três subsetores, aspeto que também é referido na área da gestão, nomeadamente quanto à subutilização de ferramentas de suporte.

Muitas destas dimensões refletem as limitações consideradas a montante, nos modelos e qualidade da gestão e na reduzida especialização das funções comercial, vendas e marketing, de que a fraca rentabilização das TIC como instrumento de relacionamento com o mercado é indicador relevante.

Relativamente à prestação do serviço são elencadas limitações relacionadas com a reduzida definição e formalização dos procedimentos para o atendimento e deficiências na relação e comunicação estabelecida com os clientes.

Figura n.º 52 – Síntese das áreas-problema, por área funcional, numa amostra de empresas participantes no Dinamizar III



Segundo esta informação, nesta amostra de empresas a introdução de melhorias na qualidade da gestão afigura-se como prioridade de intervenção sendo de salientar a importância da função de enquadramento e gestão dos recursos humanos pelas repercussões na qualidade do serviço.

Na perspetiva dos empregos associados, este retrato induz à evolução dos perfis de gestão das empresas e melhor alinhamento das competências que os servem face à necessidade de implementar estratégias empresariais mais proactivas e compatíveis com as mudanças e oportunidades do mercado e da procura. Neste âmbito, o perfil do empresário assume protagonismo mas também são relevantes os empregos intermédios de apoio à gestão, sobretudo nos serviços e nas empresas de maior dimensão.

É também nesta tipologia de empresas – maior dimensão – que se estimam necessidades de evolução dos empregos na área da logística, dada a tendência de especialização desta função. Raciocínio semelhante é legítimo para os empregos associados ao comércio internacional.

Já no que concerne às áreas comercial, vendas e marketing as fragilidades recensadas nas empresas que compõem a amostra, indiciam necessidades de qualificação e especialização das funções técnicas das vendas e do marketing, incluindo neste domínio a capacitação para a utilização das TIC e a rentabilização das vendas por via dos formatos comerciais baseados nas plataformas tecnológicas.

Finalmente, quanto ao atendimento/ prestação do serviço a informação elencada denota a manutenção de necessidades de evolução do exercício profissional dos “vendedores”. A importância da qualidade do atendimento na competitividade distintiva do negócio é crescente, por isso é natural que se assista a uma maior exigência do perfil de competências dos empregos do atendimento e da venda, incluindo atributos pessoais e motivação específica para o exercício da função.

II.2 BREVE LEITURA DO EXERCÍCIO DE PROSPECÇÃO DE NECESSIDADES DE QUALIFICAÇÕES REALIZADO PELO CEDEFOP

II. 2.1 A RESILIÊNCIA DOS SERVIÇOS NO PERÍODO DE CRISE

A terciarização da economia portuguesa é já muito evidente na composição sectorial do emprego. Como se pode ver no Quadro 21, em 2013, os sectores de serviços representavam em Portugal 65% do emprego total, tendo inclusivamente reforçado o seu peso durante o período de crise. De facto, entre 2008 e 2013, o emprego contraiu-se em 9%, ou seja, perderam-se cerca de 470 mil postos de trabalho no país, grande parte deles concentrados nos sectores da Construção e das Indústrias Transformadoras. Estes dois sectores foram responsáveis por 47% dos postos de trabalho que se perderam em Portugal neste período.

Embora os sectores de serviços tenham sido também afetados, nesta fase, a sua resiliência aos efeitos negativos da crise no emprego foi muito maior. A perda mais significativa de emprego, entre 2008 e 2013, registou-se no vasto sector da Distribuição & Transportes, que inclui o Comércio (grosso e retalho), os Transportes e Armazenagem e a Hotelaria e Restauração. Com atividades muito expostas à quebra da procura interna, a desaceleração da atividade empresarial nestes sectores originou uma redução de 7,8% do seu emprego, ou seja, cerca de 100 mil postos de trabalho em apenas 5 anos.

Quadro n.º 21 – Tendências de emprego por sector em Portugal (2008–2025)

CAE Rev.3	Níveis (000s)				Variação (%)		
	2008	2013	2020	2025	2008–2013	2013–2020	2020–2025
Sectores Primário (A, B) & de Serviços de Utilidade Pública (D, E)	634	575	581	582	-9.3 %	1.0 %	0.2 %
Indústrias Transformadoras (C)	845	713	711	720	-15.6 %	-0.3 %	1.3 %
Construção (D)	534	367	377	390	-31.3 %	2.7 %	3.4 %
Distribuição & Transportes (G, I, H)	1 302	1 201	1 209	1 245	-7.8 %	0.7 %	3.0 %
Serviços às Empresas (J, K, L+M+N) & Outros Serviços (R-U)	849	855	916	980	0.7 %	7.1 %	7.0 %
Serviços não mercantis (O, P, Q)	984	967	892	867	-1.7 %	-7.8 %	-2.8 %
Total	5 147	4 679	4 687	4 783	-9.1 %	0.2 %	2.0 %

Fonte: Cedefop | Skills Forecasts | Data published in 2014. Dados do EU LFS relativos a Portugal.

Nota : Projeções do CEDEFOP para Portugal para o período 2013–2025, cenário base.

Ainda assim, esta variação negativa do emprego na Distribuição & Transportes ficou muito aquém daquela que os outros dois sectores mais empregadores da economia – a Indústria e a Construção – registaram. Por outro lado, é de notar a resiliência que também os Serviços às Empresas e os Serviços não Mercantis demonstraram neste período, ora registando quebras de emprego pouco significativas, ora inclusivamente tendo demonstrado alguma capacidade de fazer crescer o emprego, ainda que timidamente, em pleno auge da crise.

II.2.2 O CONTRIBUTO DOS SERVIÇOS PARA O CRESCIMENTO DO EMPREGO EM PORTUGAL NO HORIZONTE DE 2025

As projeções de emprego realizadas para Portugal, para o horizonte da próxima década, atribuem aos Serviços, em particular aos sectores da Distribuição & Transportes e dos Serviços às Empresas & Outros Serviços, um papel fundamental no dinamismo do emprego, contribuindo para o seu crescimento.

Numa década em que o cenário base de projeção prevê um crescimento de emprego modesto na economia portuguesa – de 2,2% – estes dois sectores tenderão a registar uma variação positiva do emprego acima daquela que é esperada para o conjunto da economia. Estima-se que o emprego poderá vir a crescer 3,7% globalmente nos sectores da Distribuição & Transportes e que os Serviços às Empresas & Outros Serviços poderão inclusivamente chegar a uma taxa de crescimento do emprego, até 2025, de 14%, ou seja, quase 7 vezes mais do que aquele que a economia portuguesa registará.

No sector dos Serviços Não Mercantis, caracterizado pelo predomínio de emprego público ou dependência significativa de financiamento público, as perspectivas são, contrariamente aos outros sectores de serviços, de contração significativa do emprego no período de projeção – na ordem dos -10,6% até 2025 – muito determinada pelas medidas de redimensionamento do Estado e de contenção da despesa pública em áreas-chave como a administração pública, a educação e a saúde. Note-se que se, entre 2008 e 2013, a perda de emprego registada foi apenas de -1,7%, para o horizonte de projeção está prevista uma redução muito expressiva do nível de emprego até 2020, na ordem dos -7,8%, tendência que continuará no período seguinte (até 2025) mas menos acentuada. Aliás, até 2020, este é o único sector da economia portuguesa onde se espera um agravamento da situação ao nível do emprego. Em todos os outros prevê-se já a interrupção da tendência regressiva dos últimos anos ou mesmo alguma capacidade de fazer crescer o emprego, ainda que modestamente.

Ainda assim, a análise mais desagregada de cada um destes sectores mostrará que o contributo esperado dos Serviços para o crescimento do emprego em Portugal na próxima década é muito diferenciado pelas suas várias atividades, estas com pesos e dinamismos na estrutura produtiva nacional.

II.2.3 AS NECESSIDADES DE RENOVAÇÃO DA MÃO-DE-OBRA COMO FATOR DE CRIAÇÃO DE MAIS OPORTUNIDADES DE EMPREGO NOS SERVIÇOS

Por outro lado, a capacidade de criar emprego, não resulta apenas da expansão prevista da atividade económica. Ela resulta também das necessidades de renovação da mão-de-obra atualmente empregada e que, por vários motivos, mas sobretudo pelo seu envelhecimento, tenderá a sair do mercado de trabalho para a inatividade.

Estimando também as necessidades de substituição da mão-de-obra, por sector de atividade, no horizonte de 2025, as projeções do CEDEFOP para Portugal apontam para a possibilidade de vir a existir um total de 2,4 milhões de postos de trabalho vagos na próxima década.

Esta estimativa resulta, como se pode ver no Quadro 22, do somatório da criação líquida de emprego (empregos criados – empregos destruídos), em resultado da expansão da atividade, e das necessidades de substituição previstas. No entanto, como se pode verificar, cerca de 95% do total de oportunidades de emprego apontadas para Portugal resultam precisamente de necessidades de substituição de mão-de-obra, uma vez que a estimativa de criação líquida de emprego para o país é baixa. Contudo, independentemente dos motivos, esta perspetiva é animadora, gerando oportunidades de emprego para os mais jovens e tendencialmente também mais exigentes do ponto de vista de qualificações e competências requeridas.

Quadro n.º 22 – Oportunidades de emprego por sector em Portugal (2013–2025)

CAE Rev.3	Níveis (000s)		Total de oportunidades de emprego
	Expansão	Substituição	
Sectores Primário (A, B) & de Serviços de Utilidade Pública (D, E)	7	579	586
Indústrias Transformadoras (C)	6	259	265
Construção (D)	23	130	152
Distribuição & Transportes (G, I, H)	43	551	595
Serviços às Empresas (J, K, L+M+N) & Outros Serviços (R-U)	125	370	495
Serviços não mercantis (O, P, Q)	-100	413	313
Total	104	2 302	2 406

Fonte: Cedefop | Skills Forecasts | Data published in 2014. Dados do EU LFS relativos a Portugal.

Nota : Projeções do CEDEFOP para Portugal para o período 2013–2025, cenário base.

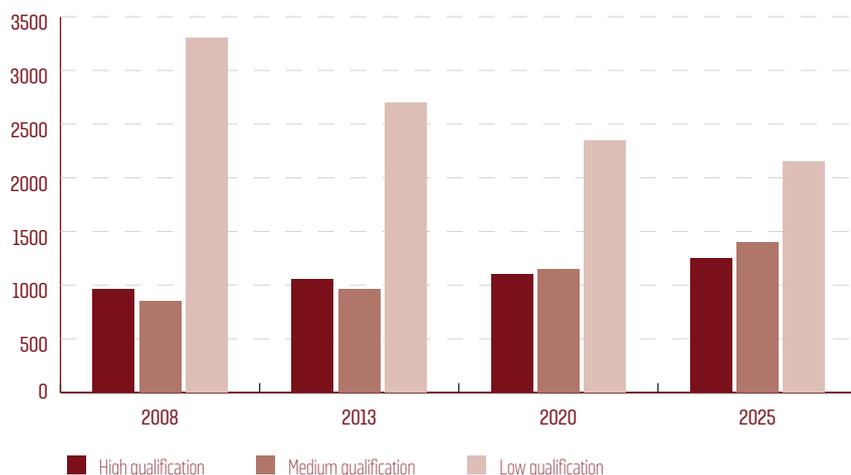
Também deste ponto de vista o contributo dos Serviços para a geração de oportunidades de emprego em Portugal é muito significativo. Cerca de 58% do total de oportunidades de emprego previstas serão em Serviços, ou seja, poderão vir a estar disponíveis, nestes sectores, 1,4 milhões de vagas na próxima década.

O comportamento expectável de cada sector é, no entanto, diferenciado. O sector da Distribuição & Transportes, pela sua dimensão empregadora, tenderá a gerar mais oportunidades de emprego, 93% destas motivadas por necessidades de renovação da mão-de-obra empregada. Os Serviços às Empresas & Outros Serviços é o sector com a mais elevada capacidade de geração de novo emprego no horizonte de 2025 – estimando-se 125 mil novos postos de trabalho – aos quais se juntam 370 mil vagas potenciais resultantes de necessidades de renovação da mão-de-obra num sector que, ainda assim, é caracterizado por um emprego mais jovem. Finalmente, nos Serviços não Mercantis, a estimativa de vagas apontada – cerca de 300 mil – até 2025, resulta integralmente de necessidades de substituição de uma mão-de-obra globalmente mais envelhecida, já que o saldo entre emprego criado e destruído é negativo (-100 mil postos de trabalho em resultado da contração do sector).

II.2.4 A CRESCENTE PROCURA DE QUALIFICAÇÕES NOS SERVIÇOS

Para o conjunto da economia portuguesa, as projeções do CEDEFOP apontam para uma melhoria progressiva da estrutura de qualificações do emprego no horizonte de 2025 (Figura 1), com o peso das altas e médias qualificações, em conjunto, a suplantar o das baixas qualificações.

Figura n.º 53 – Evolução do emprego (000s) por nível de educação, Portugal (2008–2025)



Fonte: CEDEFOP (2014). Skills Forecasts Online Data and Results.

Nota: Projeções para o período 2013–2025, Cenário base.

Apesar de o peso muito elevado de mão-de-obra com baixas qualificações em Portugal – ainda 58% em 2013 – este tem vindo a decrescer e estima-se que até 2025 se reduza para 45%. Aliás, foi apenas no emprego de baixas qualificações que se assistiu a uma variação negativa no período de maior impacto da crise – perderam-se cerca de 600 mil empregos entre 2008 e 2013 (uma variação de -18%). Não se prevê que esta tendência se vá alterar até 2025, com a continuidade da perda de empregos de baixas qualificações em Portugal – menos 566 mil entre 2013 e 2025.

Contrariamente, as perspetivas para os empregos requerendo médias e altas qualificações são positivas, com a previsão de mais 670 mil novos postos de trabalho até 2025. Mesmo em período de crise, e de contração significativa do nível de emprego em Portugal, o emprego mais qualificado e exigente em educação média e superior expandiu-se (9,3% e 5,3% respetivamente). As projeções apontam para o reforço desta tendência na próxima década, esperando-se, até 2025, um crescimento de 20,5% no emprego de altas qualificações e de 43,5% no emprego de qualificações intermédias.

Os dados relativos aos Serviços mostram, por um lado, as diferentes estruturas de qualificações que existem no seu seio mas, por outro lado, a tendência de evolução comum que partilham no sentido da procura crescente de mais qualificação, embora a ritmos diferenciados.

De facto, como se pode ver no Quadro 23, o peso das baixas qualificações é predominante no sector da Distribuição & Transportes – 62% do emprego em 2013 – ao passo que os outros dois sectores são muito mais qualificados (com 60% ou mais do emprego com qualificações médias e superiores).

A estrutura de qualificações projetada mostra, de facto, um sector de Serviços que, a ritmos diferentes, vai sendo cada vez mais exigente na qualificação da mão-de-obra. Na Distribuição & Transportes espera-se que, em 2025, já 53% da sua mão-de-obra tenha pelo menos uma escolaridade ao nível do secundário. Nos Serviços às Empresas & Outros Serviços, as qualificações intermédias tenderão a predominar e cerca de um 1/3 do emprego requererá educação superior, aliás um valor muito próximo daquele que já assume atualmente. Os Serviços não Mercantis, já hoje com 44% do emprego com qualificações superiores, tenderá a assistir a uma progressiva transferência do emprego pouco qualificado para o de qualificações intermédias.

Quadro n.º 23 – A estrutura de qualificações nos Serviços em Portugal (2013–2025)

	%		
	2013	2020	2025
Distribuição & Transportes (G, I, H)	100%	100%	100%
Baixas (ISCED 0–2)	62%	52%	47%
Médias (ISCED 3–4)	25%	30%	33%
Altas (ISCED 5–6)	13%	17%	20%
Serviços às Empresas (J, K, L+M+N) & Outros Serviços (R–U)	100%	100%	100%
Baixas (ISCED 0–2)	40%	31%	25%
Médias (ISCED 3–4)	27%	35%	41%
Altas (ISCED 5–6)	33%	34%	34%
Serviços não mercantis (O, P, Q)	100%	100%	100%
Baixas (ISCED 0–2)	37%	32%	28%
Médias (ISCED 3–4)	19%	23%	27%
Altas (ISCED 5–6)	44%	44%	45%

Fonte: Cedefop | Skills Forecasts | Data published in 2014. Dados do EU LFS relativos a Portugal.

Nota : Projeções do CEDEFOP para Portugal para o período 2013–2025, cenário base.

Se analisarmos o dinamismo do emprego projetado, por nível de educação (Quadro 24) verificamos que, apesar de diferentes, todos estes sectores de serviços revelam a mesma tendência: a de que o emprego pouco qualificado continuará a registar variações negativas na próxima década, tal como já registou nos últimos 5 anos. Enquanto isso, crescerá o emprego de qualificações intermédias, sobretudo nos Serviços às Empresas & Outros Serviços (quase 65%), e de qualificações superiores, sobretudo na Distribuição & Transportes (mais de 50%), à exceção, neste último caso, dos Serviços não Mercantis, onde se projeta uma perda de emprego de qualificação superior na ordem dos 8,7% até 2025.

Quadro n.º 24 – A variação do emprego nos Serviços por nível de qualificação, Portugal (2008–2025)

	Variação (%)		
	2008–2013	2013–2020	2020–2025
Distribuição & Transportes (G, I, H)	-7,8%	0,6%	2,9%
Baixas (ISCED 0–2)	-17,1%	-14,6%	-8,5%
Médias (ISCED 3–4)	9,2%	21,4%	12,9%
Altas (ISCED 5–6)	20,3%	32,6%	20,1%
Serviços às Empresas (J, K, L+M+N) & Outros Ser- viços (R–U)	0,8%	7,1%	7,0%
Baixas (ISCED 0–2)	-12,0%	-16,0%	-15,7%
Médias (ISCED 3–4)	14,7%	38,8%	25,0%
Altas (ISCED 5–6)	9,1%	9,1%	9,4%
Serviços não mercantis (O, P, Q)	-1,8%	-7,8%	-2,8%
Baixas (ISCED 0–2)	-7,9%	-18,9%	-13,8%
Médias (ISCED 3–4)	10,9%	11,6%	10,1%
Altas (ISCED 5–6)	-1,3%	-7,1%	-1,6%

Fonte: Cedefop | Skills Forecasts | Data published in 2014. Dados do EU LFS relativos a Portugal.

Nota : Projeções do CEDEFOP para Portugal para o período 2013–2025, cenário base.

Naturalmente que as oportunidades de emprego estimadas para estes sectores refletirão este dinamismo, com mais empregos a serem criados em segmentos que exigem qualificações intermédias e superiores, mas também com significativas necessidades de substituição de mão-de-obra pouca qualificada.

Como se pode ver no Quadro 25, apesar da contração do volume de emprego de baixa qualificação esperada em todos os sectores, as necessidades de substituição desta mão-de-obra serão ainda significativas, sobretudo no vasto sector da Distribuição e Transportes, que compreende o Comércio e a Distribuição, os Transportes e a Armazenagem e o Alojamento e Restauração, tipicamente geradores de emprego menos qualificado. Ainda assim, é de notar que no horizonte de 2025, e mesmo nestes sectores, o volume de oportunidades de emprego previstas para qualificações intermédias será tão ou mais elevado do que aquele que se projeta para os menos qualificados, e que estas resultarão, em grande medida, de novos empregos criados pela expansão da atividade económica destes setores.

Quadro n.º 25 – Oportunidades de emprego nos Serviços por nível de qualificação, Portugal (2013–2025)

CAE Rev.3	Níveis (000s)		
	Expansão	Substituição	Total de oportunidades de emprego
Distribuição & Transportes (G, I, H)	43	551	595
Baixas (ISCED 0–2)	-163	376	213
Médias (ISCED 3–4)	112	110	222
Altas (ISCED 5–6)	94	65	159
Serviços às Empresas (J, K, L+M+N) & Outros Serviços (R–U)	125	370	495
Baixas (ISCED 0–2)	-100	187	87
Médias (ISCED 3–4)	170	83	253
Altas (ISCED 5–6)	54	100	155
Serviços não mercantis (O, P, Q)	-100	413	313
Baixas (ISCED 0–2)	-106	175	69
Médias (ISCED 3–4)	43	64	107
Altas (ISCED 5–6)	-36	174	137

Fonte: Cedefop | Skills Forecasts | Data published in 2014. Dados do EU LFS relativos a Portugal.

Nota : Projeções do CEDEFOP para Portugal para o período 2013–2025, cenário base.

Nos sectores dos Serviços às Empresas e dos Serviços não Mercantis, as oportunidades de emprego geradas exigirão sobretudo qualificações médias e superiores, que resultarão tanto da necessidade de substituir uma mão-de-obra também ela mais qualificada, como da capacidade de fazer crescer o emprego, embora com mais evidência no sector dos Serviços às Empresas.

Na realidade, mesmo num cenário de projeção de emprego não muito entusiástico para Portugal, é bastante evidente a vantagem dos mais qualificados. Nomeadamente nos serviços, quase 75% do total de oportunidades de emprego estimadas para a próxima década – o que significa cerca de 1 milhão de postos de trabalho potencialmente vagos – exigirão qualificações intermédias ou superiores. O volume e a proporção destas oportunidades serão naturalmente mais elevados no sector dos Serviços às Empresas, onde estas poderão significar cerca de 400 mil postos de trabalho, representando mais de 80% do total de vagas previstas.

II.2.5 OS SECTORES DO COMÉRCIO, TURISMO E TRANSPORTES

Uma análise mais detalhada por sector, conforme se apresenta no Quadro 26, permite verificar a importância que o sector do turismo – considerando o alojamento e a restauração – assume no dinamismo do emprego em Portugal. No horizonte de 2025, é o sector onde se espera o maior crescimento do emprego – 19% – cerca 9 vezes superior àquele que é apontado para a economia portuguesa, o que significa quase mais 60 mil novos postos de trabalho que podem vir a ser criados em resultado da expansão da atividade da hotelaria e restauração no país. Considerando também as necessidades de renovação de mão-de-obra, será possível que a hotelaria e restauração possam, na próxima década, vir a gerar um total de 200 mil oportunidades de emprego.

Quadro n.º 26 – Tendências de emprego e vagas previstas nos sectores do Comércio e Distribuição, Transportes e Armazenagem e Alojamento e Restauração em Portugal (2013–2025)

CAE Rev.3	Níveis (000s)			Variação (%)			Oportunidades de emprego (000s)		
	2013	2020	2025	2008–2013	2013–2020	2020–2025	Expansão	Substituição	Total
Distribuição & Transportes (G, H, I)	1 201	1 209	1 245	-7,8 %	0,7 %	3,0 %	43	551	595
(G) Comércio por grosso e a retalho*	726	710	723	-10,9%	-2,3%	1,8%	-3	326	323
(H) Transportes e armazenagem	184	175	174	-4,5%	-5,1%	-0,9%	-11	75	64
(I) Alojamento, restauração e similares	291	324	348	-1,3%	11,5%	7,5%	58	150	208

Fonte: Cedefop | Skills Forecasts | Data published in 2014. Dados do EU LFS relativos a Portugal.

Notas : Projeções do CEDEFOP para Portugal para o período 2013–2025, cenário base; * e reparação de veículos automóveis e motociclos

Já no vasto sector do Comércio (incluindo o comércio por grosso e a retalho), onde, nos últimos 5 anos, o emprego se contraiu em 11%, é apenas exetável algum crescimento de emprego, muito reduzido (1,8%), para 2020–25.

Este comportamento é, aliás, esperado tanto no comércio por grosso como no retalho (Quadro 27), ainda que a capacidade de criação de emprego possa vir a ser superior no primeiro. Dado o volume empregador do sector do Comércio em Portugal, ele terá sempre um contributo muito significativo para a geração de novas oportunidades de trabalho no país, como podemos ver, ainda que quase todas devidas à necessidade de renovação da mão-de-obra.

Quadro n.º 27 – Tendências de emprego e vagas previstas no Comércio e Distribuição (2013–2025)

CAE Rev.3	Níveis (000s)			Variação (%)			Oportunidades de emprego (000s)		
	2013	2020	2025	2008–2013	2013–2020	2020–2025	Expansão	Substituição	Total
(G) Comércio por grosso e a retalho*	726	710	723	-10,9%	-2,3%	1,8%	-3	326	323
Comércio por grosso (46)**	316	310	322	-13,6%	-2,0%	3,9%	6	136	142
(H) Transportes e armazenagem	184	175	174	-4,5%	-5,1%	-0,9%	-11	75	64
Comércio a retalho (47) e (45)***	410	400	401	-8,6%	-2,5%	0,3%	-9	190	181

Fonte: Cedefop | Skills Forecasts | Data published in 2014. Dados do EU LFS relativos a Portugal.

Notas : Projeções do CEDEFOP para Portugal para o período 2013–2025, cenário base; * e reparação de veículos automóveis e motociclos; ** (inclui agentes), excepto de veículos automóveis e motociclos; *** comércio, manutenção e reparação de veículos automóveis e motociclos.

No sector dos Transportes e Armazenagem, os dados mais detalhados (Quadro 28) mostram também a continuidade de uma tendência de perda de emprego, ainda muito acentuada no período até 2020 e que se prolongará para o período seguinte, embora de forma mais ligeira. Mesmo no sector dos transportes aéreos, o único a registar uma variação positiva do emprego no período de crise, as perspetivas não são diferentes.

É nas atividades de transporte terrestre e de logística, sobretudo na componente de mercadorias, que se prevê, ainda assim, uma variação negativa do emprego menos intensa na próxima década, na ordem dos -5,6%, e a possibilidade de haver cerca de 60 mil oportunidades de emprego geradas pela necessidade de renovação da mão-de-obra destes setores.

Quadro n.º 28 – Tendências de emprego e vagas previstas nos Transportes e Armazenagem (2013–2025)

CAE Rev.3	Níveis (000s)			Variação (%)			Oportunidades de emprego (000s)		
	2013	2020	2025	2008–2013	2013–2020	2020–2025	Expansão	Substituição	Total
(H) Transportes e armazenagem	184	175	174	-4,5%	-5,1%	-0,9%	-11	75	64
Transportes terrestres (49) e (52)*	138	131	130	-5,2%	-4,8%	-0,8%	-8	60	52
Transportes por água (50)	3	2	2	-2,7%	-8,8%	-3,8%	:	:	:
Transportes aéreos (51)	11	10	10	6,3%	-5,0%	-2,1%	:	4	3
Atividades postais e de courier (53)	33	31	31	-4,6%	-5,8%	-0,6%	-2	11	9

Fonte: Cedefop | Skills Forecasts | Data published in 2014. Dados do EU LFS relativos a Portugal.

Notas : Projeções do CEDEFOP para Portugal para o período 2013–2025, cenário base; * armazenagem e atividades auxiliares dos transportes; não são apresentados os dados das CAE Transportes por água (50), Transportes aéreos (51) e Atividades Postais e de Courier (53) na medida em que estas atividades não estão incluídas no âmbito deste estudo. (:) valores inferiores a 1000.

Aliás, num panorama de contração generalizada do emprego neste sector, este é o único segmento – transportes terrestres e atividades de logística associadas – onde se prevê um contributo significativo para a geração de oportunidades de emprego (cerca de 50 mil postos de trabalho) na próxima década.

II.2.6 OS SERVIÇOS ÀS EMPRESAS

O Quadro 28 mostra as dinâmicas de emprego estimadas para os vários sectores que compõem o diversificado “mundo” dos Serviços às Empresas & Outros Serviços. No seu conjunto, este foi o sector que se mostrou mais resiliente durante o período de crise, mantendo o seu nível de emprego praticamente estável, e que melhores perspectivas de criação de emprego apresenta para a próxima década.

Para isso contribuem quase todos os seus subsectores, mas em particular os serviços mais intensivos em conhecimento e as atividades baseadas em tecnologia. Veja-se, nomeadamente, o caso das atividades de informação e comunicação que, mesmo no período de 2008 a 2013, viu o seu volume de emprego crescer em 19% e cuja projeção, para a próxima década, aponta para um extraordinário crescimento de 23% do emprego.

De notar ainda o comportamento igualmente muito positivo, quer no passado recente, quer no período de projeção, das atividades de consultoria. Entre 2008–13, o emprego cresceu 11,8% e projeta-se que, até 2025, esta tendência se acentue e possa chegar aos 26%. Apesar de os dados estarem agregados com as atividades

imobiliárias, esta dinâmica deve-se seguramente ao desenvolvimento que as atividades de consultoria, científica e técnica, têm tido no país, uma vez que a crise no imobiliário abalou o emprego e as perspetivas de crescimento futuro neste sector, pelo menos no curto-médio prazo.

Quadro n.º 29 – Tendências de emprego e vagas previstas no sector dos Serviços às Empresas (2013–2025)

Fonte: Cedefop | Skills Forecasts | Data published in 2014. Dados do EU IFS relativos a Portugal.

CAE Rev.3	Níveis (000s)			Variação (%)			Oportunidades de emprego (000s)		
	2013	2020	2025	2008–2013	2013–2020	2020–2025	Expansão	Substituição	Total
Serviços às Empresas (J, K, L+M+N) & Outros Serviços (R-U)	855	916	980	0,7 %	7,1 %	7,0 %	125	370	495
(J) Atividades de informação e comunicação	40	45	49	19,2%	12,9%	10,1%	10	14	23
(K) Atividades financeiras e de seguros	105	88	95	1,7%	-16,1%	8,1%	-10	39	29
(L) Atividades imobiliárias; (M) Atividades de consultoria, científicas, técnicas e similares	223	258	284	11,8%	16,1%	10,1%	62	89	151
(N) Atividades administrativas e dos serviços de apoio (R-U)	201	224	239	-6,0%	11,3%	7,0%	38	87	125
Outros Serviços *	287	301	312	-4,1%	4,9%	3,4%	24	141	166

Notas: Projeções do CEDEFOP para Portugal para o período 2013–2025, cenário base; * (R) Atividades artísticas, de espetáculos, desportivas e recreativas; (S) Outras atividades de serviços; (T) atividades de famílias empregadoras de pessoal doméstico e atividades de produção das famílias para uso próprio; (U) atividades dos organismos internacionais e outras instituições extra-territoriais; exclusão dos dados relativos às CAE R, S, T e U uma vez que não estão disponíveis desagregadamente; a CAE “K Atividades financeiras e de seguros” não foi incluída, na medida em que não foi contemplada no âmbito deste estudo.

Neste conjunto de serviços mais intensivos em conhecimento, as perspetivas das atividades financeiras e de seguros são muito menos positivas. Este é um sector que, estando no âmago da crise financeira que se iniciou em 2008, tem vindo a ser objeto de uma profunda reestruturação com efeitos negativos e certamente duradouros no emprego. Veja-se, nomeadamente, a estimativa de variação negativa do emprego na banca e nos seguros que é apontada para o período de 2013 a 2020, aliás a única negativa neste conjunto de sectores.

Já a quebra de emprego que se registou nos últimos anos nas atividades administrativas e de serviços de apoio, por um lado, e nos “outros serviços” – agregando aqui atividades tão diversas como as artísticas, desportivas e recreativas, os serviços às famílias, como os domésticos, ou as atividades de organismos internacionais – por outro lado, não é previsível que continue na próxima década.

O crescimento de emprego esperado para as atividades administrativas é muito significativo – de cerca de 18% até 2025 – o que representa um incremento de 38 mil postos de trabalhos que poderão vir a ser gerados pela expansão destes serviços. Nos “Outros Serviços”, a projeção é também de crescimento do emprego, mas menos acentuada (de cerca de 8%).

Tal como nos outros sectores, as oportunidades de emprego criadas pelos Serviços às Empresas, no horizonte de 2025, dependerão também da necessidade de substituir parte da mão-de-obra existente, à qual, neste caso, se junta uma significativa capacidade de criar novo emprego. Do quase meio milhão de oportunidades de emprego previstas nos Serviços às Empresas, 89% serão geradas por três grandes sectores, também mais volumosos do ponto de vista de emprego – atividades de consultoria, serviços administrativos e de apoio e o vasto segmento dos “Outros Serviços” –, ainda que certamente com contributos diferenciados de cada um dos subsectores que os compõem.

II.2.7 O SECTOR DA SAÚDE E APOIO SOCIAL

Embora as atividades dos serviços pessoais, tal como são definidas neste estudo, não sejam isoláveis nos dados disponíveis do CEDEFOP, e surjam em parte integradas quer no sector dos “Outros Serviços” (cf. Quadro 29), quer nas “Atividades de saúde humana e apoio social” (Quadro 30), importa aqui avaliar o contributo deste último para o emprego em Portugal na próxima década.

Como podemos ver no Quadro 30, a Saúde e o Apoio Social foi o único sector dos Serviços não Mercantis que registou um crescimento de emprego no período de crise. Os níveis de emprego na Administração pública e na Educação reduziram-se neste período, tendo contribuído para o comportamento regressivo do emprego no conjunto dos Serviços não Mercantis. Sendo este, em grande parte, emprego público, a forte contenção da despesa pública, a reestruturação dos serviços do Estado e a limitação das contratações que se fizeram sentir neste período terão afetado negativamente a dinâmica de emprego nestes sectores, inclusivamente gerando, na próxima década, a continuidade de uma forte tendência regressiva do emprego.

Quadro n.º 30 – Tendências de emprego e vagas previstas no sector da Saúde e Apoio Social (2013–2025)

CAE Rev.3	Níveis (000s)			Variação (%)			Oportunidades de emprego (000s)		
	2013	2020	2025	2008–2013	2013–2020	2020–2025	Expansão	Substituição	Total
Serviços não mercantis (O, P, Q)	967	892	867	-1,7 %	-7,8 %	-2,8 %	-100	413	313
(O) Administração Pública e Defesa; Segurança Social Obrigatória	310	276	263	-5,1%	-10,7%	-4,8%	-46	125	78
(Q) Atividades de saúde humana e apoio social	353	351	355	2,8%	-0,3%	0,9%	2	159	161
(P) Educação	305	264	249	-3,3%	-13,4%	-5,5%	-55	129	74

Fonte: Cedefop | Skills Forecasts | Data published in 2014. Dados do EU LFS relativos a Portugal.

Notas: Projeções do CEDEFOP para Portugal para o período 2013–2025, cenário base; exclusão dos dados relativos às CAE “O – Administração Pública e Defesa” e “P – Educação” uma vez que não foram contempladas no estudo.

Tendo em conta este contexto, será também de admitir que o comportamento estimado para o sector da Saúde e Apoio Social esteja também a ser muito condicionado por esta dinâmica recente de sectores fortemente dependentes do Estado e predominantemente de emprego público. Ainda assim, as perspetivas são de alguma capacidade de criação de emprego, no período de 2020–2025, à qual se juntam um número não negligenciável de oportunidades de emprego – cerca de 160 mil – geradas

pela necessidade de substituição de mão-de-obra que vai saindo do mercado de trabalho, sobretudo para a inatividade.

II.2.8 AS OPORTUNIDADES DE EMPREGO NOS SERVIÇOS PARA AS QUALIFICAÇÕES INTERMÉDIAS NO HORIZONTE DE 2025

Tendo em conta a procura estimada de qualificações intermédias e admitindo que estas tenderão a substituir parcial e progressivamente a procura de baixas qualificações, no horizonte de 2025, não apenas pelo efeito da educação das gerações mais novas como também pelos acrescidos requisitos dos empregos disponíveis, o Quadro 31 apresenta o ranking dos sectores mais criadores de oportunidades de emprego, ordenado pela soma do número de vagas disponíveis para baixas e médias qualificações.

Quadro n.º 31 – Oportunidades de emprego por nível de qualificação nos Serviços (2013–2025)

CAE Rev.3	Oportunidades de emprego (000s)				Total
	Baixas (ISCED 0–2)	Médias (ISCED 3–4)	Baixas + Médias (ISCED 0–4)	Altas (ISCED 5–6)	
(I) Alojamento, restauração e similares	96	85	181	27	208
(L) Atividades imobiliárias; (M) Atividades de consultoria, científicas, técnicas e similares	55	66	121	30	151
(R–U) Outros Serviços	7	112	119	47	166
Comércio a retalho (47) e (45)	39	67	106	75	181
Comércio por grosso (46)	61	44	105	37	142
(N) Atividades administrativas e dos serviços de apoio	23	67	90	36	125
(Q) Atividades de saúde humana e apoio social	41	36	77	84	161

Fonte: Cedefop | Skills Forecasts | Data published in 2014. Dados do EU LFS relativos a Portugal.

Notas: Projeções do CEDEFOP para Portugal para o período 2013–2025, cenário base.

Com efeito, as projeções apontam para um significativo potencial de emprego para as qualificações intermédias. Com uma perspetiva de estes sectores virem a gerar mais de 1 milhão de oportunidades de emprego na próxima década, 40% destas, pelo menos, exigirão qualificações intermédias. Se admitirmos que parte das vagas disponíveis, e que exigem baixas qualificações, poderão vir a ser ocupadas por qualificações intermédias, este potencial de emprego será tendencialmente maior.

Aliás, o número de oportunidades de emprego exigindo qualificações médias é geralmente superior ao das baixas qualificações, à exceção do alojamento e restauração, do comércio por grosso e da saúde e apoio social, onde o peso do emprego pouco qualificado é e tenderá a ser ainda elevado. Contudo, as exigências de qualificação e de profissionalização de grande parte destes serviços gerarão certamente necessidades de requalificação desta mão-de-obra e efeitos de substituição tendencialmente com requisitos de base mais elevados.

II.3 BREVE LEITURA DOS RESULTADOS DO INQUÉRITO REALIZADO NO ÂMBITO DO ESTUDO DE ANTECIPAÇÃO DE NECESSIDADES DE QUALIFICAÇÕES

O exercício desenvolvido neste capítulo procura explorar a informação recolhida no âmbito do inquérito aplicado pela Quaternaire Portugal no âmbito do estudo que se encontra a realizar para a ANQEP de apoio à criação de um Sistema de Antecipação de Necessidades de Qualificações. No âmbito desse trabalho, foi aplicado um inquérito a empregadores tendo por objetivo aferir as intenções de recrutamento de trabalhadores com níveis intermédios de qualificações. Tendo obtido um conjunto muito significativo de respostas (1630), o referido inquérito permite recensear as intenções de recrutamento de profissionais com qualificação intermédia (Níveis 2 e 4), fornecendo pistas relevantes para situar o esforço de produção de qualificações intermédias a desenvolver.

O exercício que aqui se procura desenvolver procura, porém, uma ótica de abordagem complementar na medida em que relaciona as intenções de recrutamento recenseadas com o emprego e a oferta de formação nos principais segmentos de atividade do setor. Deste modo, pretende-se, para além de sublinhar a dinâmica de procura de qualificações e da sua relevância para as opções a tomar do ponto de vista da formação, relacionar essa procura com a oferta de formação inicial e com o volume de emprego. Assim, exploramos a validação dos níveis de ajustamento entre oferta e procura de qualificações. O exercício organiza-se, porém, percorrendo cada um dos ângulos de análise individualmente para em seguida propor a sua análise cruzada.

Para organizar o exercício analítico dos dados recolhidos assume-se, em primeiro lugar, uma interceção entre os principais subsetores abrangidos pelo setor – comércio, hotelaria e restauração serviços pessoais, logística, marketing, secretariado e serviços administrativos, gestão, arte, cultura e património – e as CAE e as Qualificações contempladas na oferta.

Emprego

Ao nível do país, Portugal Continental, registaram-se em 2010, 2.779.077 trabalhadores e 2.555.676 em 2013, revelando um decréscimo de 8% entre estes dois períodos (menos 223.401 trabalhadores).

Entre 2010 e 2013 o emprego recenseado nos Quadros de Pessoas recuou cerca de 8%, registando uma redução de 223.401 trabalhadores. No entanto, no exercício que aqui desenvolvemos, as profissões analisadas foram apenas as que dentro dos subsetores considerados tinham, também, uma qualificações relacionadas do lado da oferta de formação. Desta forma o número de trabalhadores neste subsetores foi 706.409 em 2010 e 678.802 em 2013, resultando num decréscimo, menos expressido que o total, de 4%.

Analisando o peso de cada subsetor no emprego, nas profissões analisadas, em 2010, o comércio representa 43%, seguindo-se da Hotelaria e Restauração com 18%. São estes dois subsetores os mais representativos do emprego. Logo de seguida estão os Serviços Pessoais e os Serviços às Empresas – Logística com 11% cada.

Já em 2013, o comércio continua à frente, mas representa 41% (menos 2% que em 2010), seguindo-se da Hotelaria e Restauração que manteve os 18%. Os Serviços

Pessoais e os Serviços às Empresas – Gestão/ Apoio à Gestão foram os subsetores com crescimento positivo neste intervalo de tempo. No entanto foram as TIC que mais cresceram, apenas com 1% a mais que em 2010, tem mais 6103 trabalhadores.

Os Serviços às Empresas- Design e o Secretariado e Apoio Administrativo representam apenas 0,2% do emprego nos dois períodos assinalados conforme é possível confirmar na figura seguinte.

Figura n.º 54 – Variação do emprego por segmentos de atividade



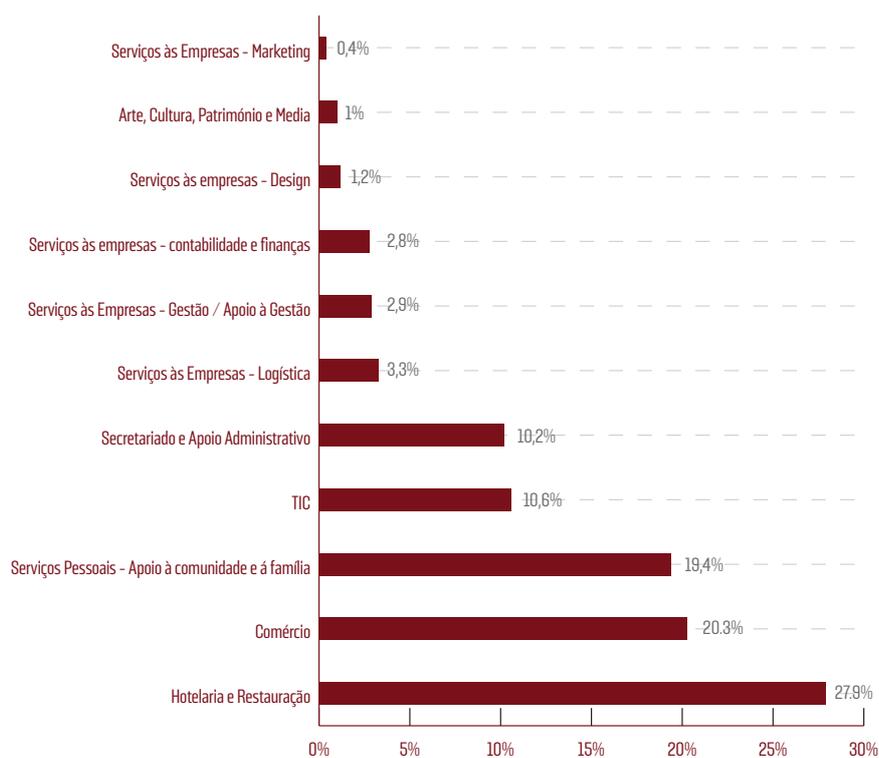
Intenções de Recrutamento

Os resultados que se seguem resultam de um inquérito², que teve como objetivo recolher informação quanto às tendências dos postos de trabalho para Técnicos Intermédios, aqueles cujo perfil exige uma qualificação profissional que no âmbito das ofertas do sistema de educação e formação correspondem, atualmente, aos cursos de nível secundário. Este foi dirigido aos empregadores (empresas e outras organizações), exceto administração pública do qual se obteve uma amostragem de 1630 respostas de uma população de 15000 empresas/organizações.

Através das várias questões, procurou-se saber as tendências do emprego de Técnicos Intermédios nos próximos 2 anos e as necessidades de qualificação dos Técnicos Intermédios também nestes próximos 2 anos.

Os subsectores em que se verifica uma maior intenção de recrutamento são: Hotelaria e Restauração, Comércio e Serviços Pessoais, as TIC e o Serviço Administrativo, representando cerca de 88% das intenções de recrutamento. O subsector dos Serviços às Empresas – Marketing possui apenas 0,4% das intenções de recrutamento.

Figura n.º 55 – Intenções de recrutamento por subsector de atividade



Oferta Formativa

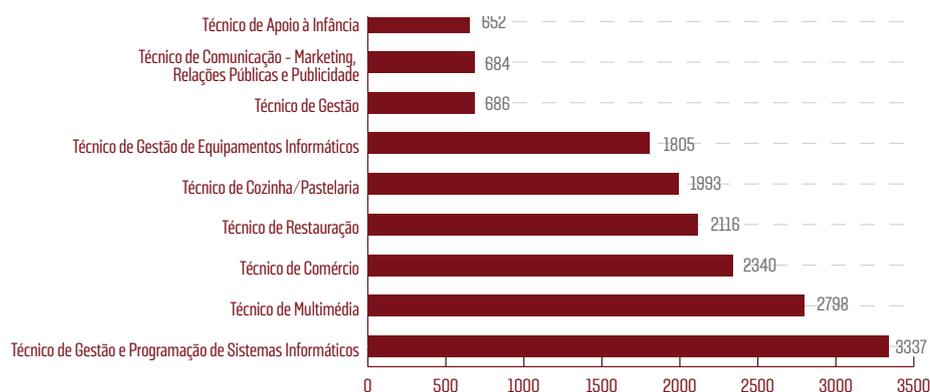
Quanto à Oferta Formativa, foram considerados apenas alunos de Nível 4 dos Cursos Profissionais, no ano letivo 2014/2015 devido à medida do Governo em relação à extinção dos cursos de Nível 2. Neste ano letivo estão inscritos, nos cursos de nível 4, 38.384 alunos.

No gráfico que se segue, encontramos os 10 cursos com mais alunos inscritos. O Técnico de Gestão e Programação de Sistemas Informáticos lidera com 3.337 de alunos

² Inquérito realizado no âmbito do Sistema de Antecipação de Necessidades de Qualificações da Agência Nacional para a Qualificação e o Ensino Profissional.

inscritos, no final deste top 10 está o Técnico de Contabilidade com apenas 488 alunos.

Figura n.º 56 – Os 10 cursos com mais alunos



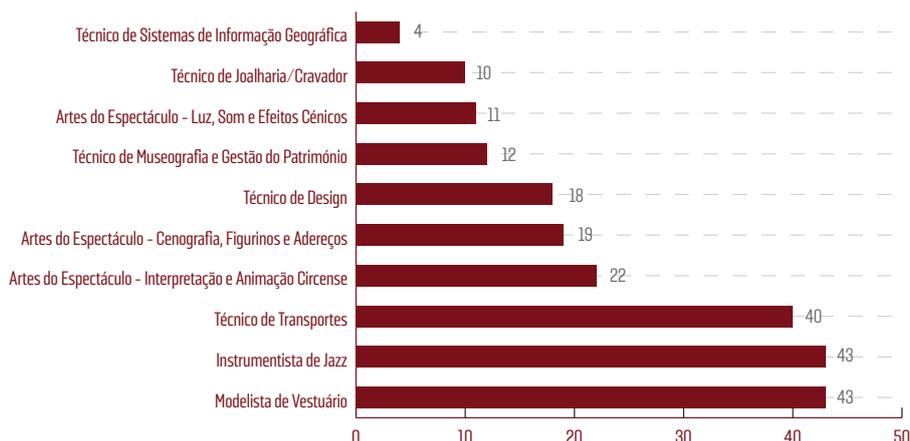
O gráfico seguinte, apresenta os 10 cursos com um número intermédio de alunos inscritos. Neste conseguimos ver os vários subsetores representados, pois no topo desta lista está o Técnico de Receção, do subsetor da Hotelaria e Restauração e passa pelos subsetores dos Serviços Pessoais, Serviços às Empresas e Arte, Cultura, Património e Media.

Figura n.º 57 – Os 10 cursos com número intermédio de alunos



Por fim, os 10 cursos com menos alunos inscritos, em que se verifica uma maior concentração no subsetor da Arte, Cultura, Património e Media. No entanto encontramos outros subsetores aqui representados, como a Modelista de Vestuário, o Técnico de Transporte, o Técnico de Design e o que ocupa o lugar de curso com menos alunos inscritos, o Técnico de Sistemas de Informação Geográfica.

Figura n.º 58 – Os 10 cursos com menor número de alunos



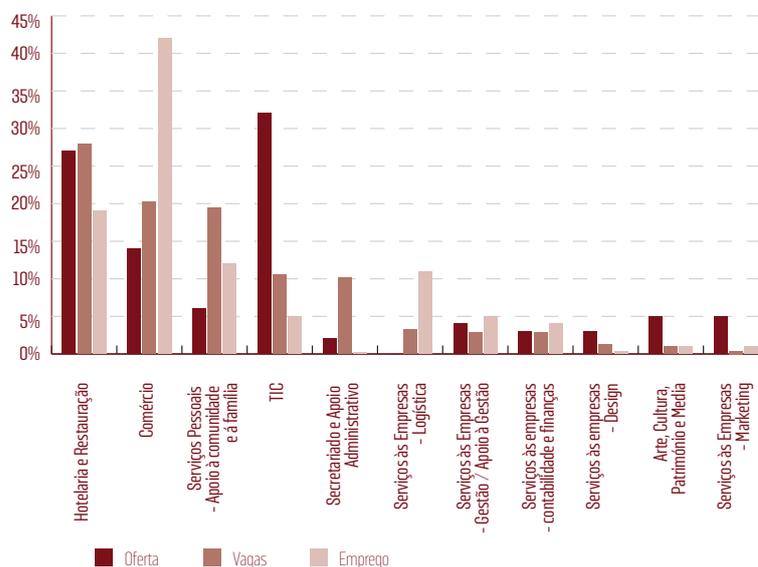
Cruzamento dos dados

A figura que se segue procura cruzar os três ângulos de análise considerados para este exercício, o emprego, as intenções de recrutamento que os empresários pretendem nos próximos dois anos e a oferta das qualificações no último ano lectivo 2014/2015. A comparação é feita em %, considerando assim a representatividade proporcional de cada subsetor considerado em cada um dos domínios de análise. Desta forma, conseguimos concluir que no subsetor da Hotelaria e Restauração a proporção de intenções de recrutamento é muito superior à do emprego e da oferta existentes. No subsetor do comércio verifica-se uma representatividade de emprego muito superior ao número de intenções de recrutamento mas, também, da oferta. Nos subsectores de Secretariado e Logística, também se verifica uma reduzida representatividade ao nível da oferta de formação face, sobretudo, à dinâmica apresentada pelas intenções de recrutamento.

Por outro lado, os subsectores das TIC, do Marketing, e das Arte, Cultura e Património têm representatividades muito superiores na oferta face ao emprego e intenções de recrutamento.

As áreas da Contabilidade, Gestão e os Serviços Pessoais encontram-se relativamente equilibrados.

Figura n.º 59 – Articulação entre oferta, intenções de recrutamento (vagas) e volume de emprego



II.4 ANÁLISE DOS RESULTADOS DO INQUÉRITO ÀS EMPRESAS DO SETOR ESPECIFICAMENTE DESENHADO NO ÂMBITO DO DESENVOLVIMENTO DO ESTUDO

O inquérito, aplicado em modalidade on-line e dirigido aos empresários/ dirigentes, visou auscultar as empresas quanto à evolução das qualificações e das competências nos setores do comércio por grosso e a retalho, serviços às empresas e serviços pessoais e de bem-estar. Foram desenvolvidos esforços no sentido de assegurar um número significativo de respostas, nomeadamente através de várias ações de reforço do pedido de participação, mas ainda assim o número de inquéritos válidos ficou aquém das expectativas – 105 inquéritos.

As principais características desta amostra de empresas são as seguintes:

- Distribuição por setor: predominam as empresas do comércio, em particular o comércio a retalho (42% das empresas respondentes); os serviços às empresas correspondem a 15% da amostra e os Serviços pessoais a 13. %.
- Dimensão das empresas: as pequenas (até 9 trabalhadores) e médias empresas (10 a 49 trabalhadores), representam, respetivamente, 27% e 40% da amostra; as empresas de maior dimensão (> 50 trabalhadores) correspondem a 30% da amostra; a representatividade dos empresários em nome individual é residual (4%);
- Estabelecimentos: predominam as empresas com um estabelecimento (59%), mas o valor das empresas com vários estabelecimentos é apreciável, aliás 15% do total das empresas têm 5 ou mais estabelecimentos;
- A data de criação revela tratar-se de uma amostra de empresas com uma longevidade significativa; 43% foram criadas nas duas últimas décadas do século passado e 13% em anos anteriores a esse período; as restantes, cerca de 1/3, foram fundadas no século XXI;

Outras características da amostra revelam tratar-se de empresas maioritariamente individuais (apenas 16% estão integradas em redes de lojas, incluindo a modalidade de franchising), que se dedicam sobretudo ao mercado interno, como é comum nos setores em análise, mas registe-se que 21% refere atividade no mercado externo/internacionalização.

A utilização da Internet para a venda dos produtos ou prestação de serviços, em combinação com outros canais, é uma prática mencionada por 35% dos respondentes.

Finalmente, a maioria (77%) não tem experiência de participação em projetos de formação e/ ou consultoria com o apoio de fundos da Comunidade Europeia, admitindo-se que as práticas de formação dominantes se baseiam em formação interna e com recursos próprios.

A apresentação dos resultados do inquérito e da opinião recenseada justo das empresas respondentes organiza-se segundo dois temas principais: evolução geral do setor e da empresa e evolução dos empregos

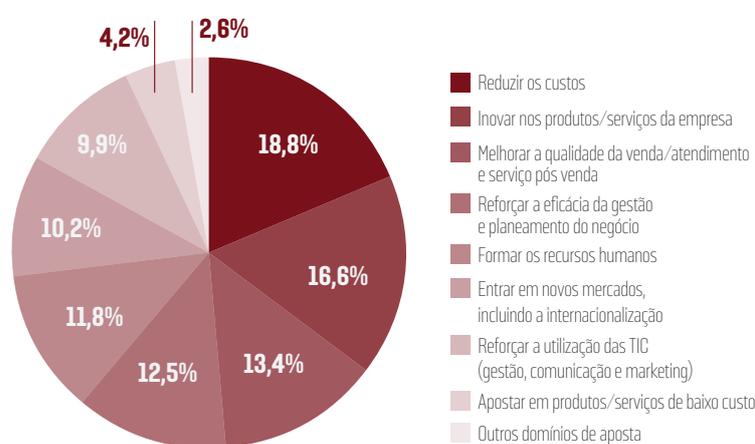
Evolução geral do setor e da empresa

O teor da resposta das empresas à questão das áreas prioritárias de intervenção aponta para uma dispersão significativa das necessidades das empresas, que penetram nas diversas áreas funcionais e que será reflexo da diversidade de problemas e desafios com que se confrontam atualmente, ou perspetivam para o curto e médio prazo.

Não obstante, é possível afirmar que para as empresas que constituem a amostra as ações dirigidas à redução dos custos e à inovação nos produtos/ serviços assumem importância mais decisiva. São, também, significativas as referências relativas à qualidade da venda/ prestação do serviço, eficácia da gestão, formação dos trabalhadores, bem como a exploração de mercados, incluindo a internacionalização, e a utilização das TIC em toda a cadeia do negócio.

O aspeto que é manifestamente menos valorizado é a aposta em produtos/ serviços de baixo custo, opção que não poderá ser desligada das características da amostra de empresas respondentes e do seu segmento de negócio.

Figura n.º 60 – Áreas prioritárias de intervenção para reforçar a competitividade das empresas



Fonte: Inquérito Quatenaire Portugal (105 inquéritos válidos)

A análise desta questão por setor indica posicionamentos distintos, que sinalizam preocupações e situações setoriais diversas, mas cuja interpretação deve ser cautelosa face à restrição do número de empresas envolvidas.

Ainda assim, merecem referência os seguintes aspetos:

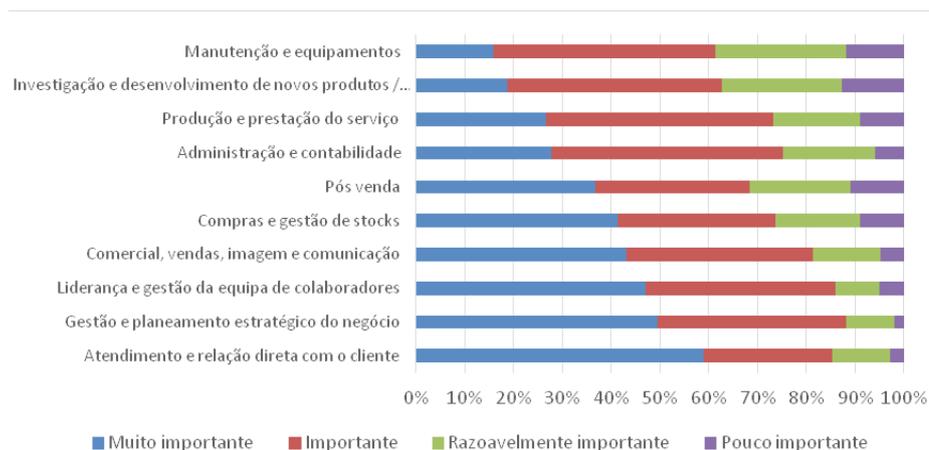
- No setor do comércio, as empresas do comércio por grosso apresentam um posicionamento muito próximo da tendência geral do universo de empresas inquiridas, mas as empresas do comércio a retalho sinalizam uma preocupação mais significativa com a melhoria da qualidade da venda, atendimento e serviço pós-venda, e comparativamente ao universo desvalorizam a intervenção na inovação nos produtos/ serviços.
- No caso dos serviços às empresas é claro o distanciamento face à opinião do universo das empresas, que se reflete na relevância preponderante que é atribuída à intervenção dirigida ao reforço da eficácia da gestão e planeamento do negócio.

As empresas dos serviços pessoais e de bem-estar também se afastam da tendência geral, sobretudo pela maior relevância dada à formação dos recursos humanos e pela desvalorização da entrada em novos mercados.

A análise da resposta à questão relativa às necessidades de melhoria das diversas áreas funcionais das empresas revela que as empresas percecionam carências relevantes na generalidade das áreas funcionais consideradas. Esta constatação está alinhada com as considerações anteriores quanto à diversidade de necessidades de intervenção das empresas.

Assim, para a generalidade das áreas funcionais consideradas na questão, as empresas classificam as necessidades de melhoria predominantemente como “muito importantes e importantes”, nomeadamente atendimento e relação direta com cliente, gestão do negócio, liderança e gestão de equipas, comercial, vendas e comunicação, compras e gestão de stocks e pós-venda.

Figura n.º 61 – Classificação das necessidades de melhoria das áreas funcionais das empresas



Fonte: Inquérito Quaternaire Portugal (105 inquéritos válidos)

As exceções a esta tendência geral são as áreas funcionais relativas à investigação e desenvolvimento de novos produtos e à manutenção de equipamentos, que convém referir que têm uma incidência parcial no universo de empresas inquiridas.

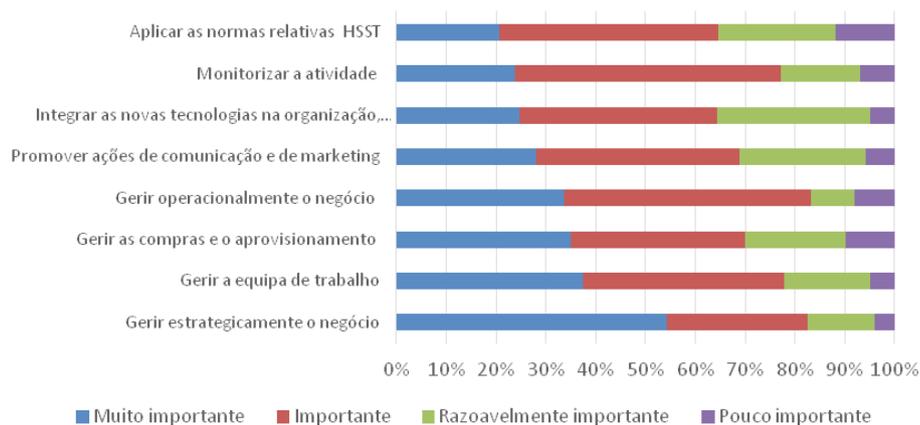
Evolução dos empregos

Os profissionais da gestão/ direção

A primeira evidência a retirar da resposta à questão das necessidades de melhoria das competências dos profissionais da gestão/ direção é a utilização predominante das opções de resposta “necessidade muito importante/ importante” e a sua transversalidade face às diversas áreas da gestão colocadas à consideração dos respondentes.

Este tipo de resposta indica limitações com significado no nível de competências das empresas em matéria de gestão, e um exercício de autoavaliação por parte dos dirigentes e empresários, bem como de outros colaboradores que responderam ao inquérito, que confirma essas limitações e a necessidade de valorização dos recursos das empresas nesta área, conforme se pode visualizar na figura seguinte.

Figura n.º 62 – Classificação das necessidades de melhoria das competências dos profissionais da Gestão/ Direção.



Fonte: Inquérito Quatenaire Portugal (105 inquéritos válidos)

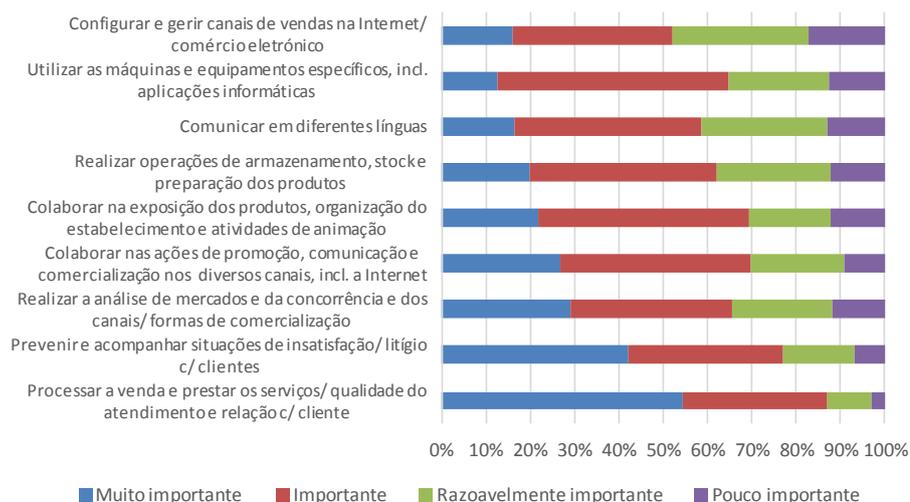
Embora, a gestão estratégica constitua referência com relevo, na realidade o teor das respostas não permite desvalorizar a importância das necessidades de aumento das competências nas restantes áreas da gestão. Este é, certamente, um elemento relevante para a definição da estratégia de formação para o setor.

Os profissionais da área comercial/ vendas

A análise das respostas relativas ao mesmo tema, mas com incidência no grupo profissional que se ocupa da área Comercial e Vendas, indica que na opinião das empresas respondentes são, também, relevantes as necessidades de valorização das competências. Embora, com menor expressão face ao grupo dos dirigentes e empresários, mantém-se uma tônica dominante de classificação das necessidades de melhoria de competências como “muito importantes/ importantes”.

As dimensões associadas ao contacto direto com os clientes, seja na venda e prestação do serviço e atendimento, ou na resolução das situações de conflito, emergem como áreas de competência em que se verificam necessidades de melhoria com relevo. Mas as carências noutros domínios sobressaem, igualmente, como áreas importantes, nomeadamente a análise de mercados, promoção e comercialização, incluindo através da Internet e questões operacionais relativas à exposição dos produtos, organização dos estabelecimentos e armazenamento e stock.

Figura n.º 63 – Classificação das necessidades de melhoria das competências dos profissionais das áreas Comercial e Vendas



Fonte: Inquérito Quaternaire Portugal (105 inquéritos válidos)

As competências transversais comuns aos diferentes empregos

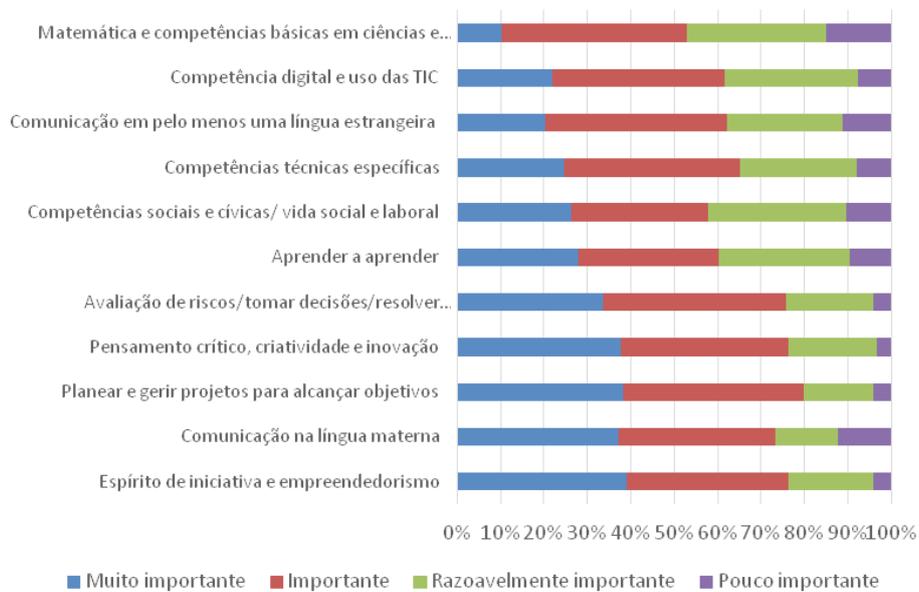
A abordagem às competências transversais utilizou como referencial de base a tipologia adotada pelo CEDEFOP. As competências transversais são de índole genérica, dizem respeito a todos os empregos e são complementares das competências específicas técnicas acionadas nos diversos contextos e situações profissionais.

Também nesta matéria as empresas respondentes ao inquérito são muito assertivas quanto às necessidades de melhoria das competências, que são classificadas maioritariamente como “muito importantes/ importantes”.

Ainda assim, podemos destacar como áreas de competência identificadas como mais críticas, e portanto com maiores necessidades de valorização, as seguintes:

- espírito de iniciativa e empreendedorismo;
- comunicação na língua materna (oral e escrita);
- planeamento e gestão e projeto para alcançar objetivos;
- pensamento crítico, criatividade e inovação;
- avaliação de riscos, tomada de decisão e resolução de problemas.

Figura n.º 64 – Classificação das necessidades de melhoria das competências transversais



Fonte: Inquérito Quaternaire Portugal (105 inquéritos válidos)

III. APROFUNDAMENTO DO DIAGNÓSTICO: TENDÊNCIAS DE EVOLUÇÃO

III.1 O SETOR DOS SERVIÇOS NO CONTEXTO DE EVOLUÇÃO DA ECONOMIA PORTUGUESA

III.1.1 A IRREVERSÍVEL DIMENSÃO TRANSACIONÁVEL DOS SERVIÇOS GLOBAIS

O quadro prospetivo de competências associadas ao setor dos serviços em Portugal e das correspondentes necessidades de formação é fortemente tributário das grandes tendências de evolução que atravessam este setor. Pode questionar-se em que medida uma economia periférica e menos desenvolvida como Portugal, comparativamente às economias (maduras e emergentes) que têm estado na fronteira da inovação nos serviços, deve pensar nas qualificações e competências para este setor em função do que se vai passando nessa fronteira. Essa questão não colhe na medida em que a economia portuguesa está irreversivelmente condenada a perspetivar o seu futuro na economia global. Uma atitude proativa é necessária para que a economia portuguesa possa tirar partido do papel dos serviços na construção de um lugar mais ambicioso nessa economia global. Todos os elementos de avaliação disponíveis apontam para a relevância dos processos de adaptação em matéria de qualificações e competências para assegurar a referida proatividade.

Da argumentação anterior ressalta uma importante consequência que deve marcar a prospetiva das competências e das necessidades de informação no setor. Essa conclusão tem estado presente em tomadas coerentes de posição pública por parte da CCP balizada por estudos relevantes¹ e isso é em si próprio um passo fundamental para que todo o setor pense as necessidades de apetrechamento de qualificações e competências nessa perspetiva.

A matéria em causa corresponde à necessidade de uma vez por todas romper com a atávica e ultrapassada interpretação do comércio e serviços como um setor predominantemente não transacionável. Todos os estudos e dados mais recentes apontam precisamente para o contrário, ou seja para o facto dos serviços se identificarem hoje predominantemente com o universo dos transacionáveis em tudo que isso implica: estatuto de price-taker; formas de concorrência; padrões de produtividade necessários; organização e presença nas cadeias de valor.

¹ Ver nesse sentido: J. Félix Ribeiro e outros (2012), *O Sector dos Serviços e a Competitividade da Economia Portuguesa*, Lisboa: CCP e J. Félix Ribeiro e outros (2014), *Portugal – que funções na globalização*, Lisboa: CCP.

Esta questão é relevante pois alinha decisivamente o setor dos serviços com as necessidades mais abrangentes da economia portuguesa de organização para os transacionáveis e o que isso implica em termos dos quadros futuros de qualificações e competências que é necessário construir na sociedade portuguesa. Este alinhamento é vital para manter o comércio e serviços no centro das prioridades de alocação de recursos públicos em Portugal, orientados para a “transacionalidade” da base produtiva nacional. E permite ainda que o comércio e serviços partilhe da transversalidade de algumas competências a disseminar, tendo em vista a facilitação da referida alocação de recursos tendencialmente orientada para os transacionáveis.

Assumida esta perspetiva de rotura necessária com as visões meramente industrialistas da orientação para os transacionáveis, é possível identificar que tendências dominantes irão influenciar a evolução do setor e a sua procura de qualificações e competências.

Face à pesquisa realizada, identificaram-se principalmente dois conjuntos de tendências, ambas marcadas pela combinação de fatores associados à evolução tecnológica e à globalização, com a particularidade de apresentarem sinais contrários do ponto de vista dos seus efeitos sobre a questão do emprego.

Designaremos esses dois conjuntos de tendências pelo modo como são reconhecidos na literatura utilizada como universo de pesquisa: Cadeias de Valor Globais (CVG) e Polarização dos Empregos (PE). As CVG constituem uma poderosa oportunidade de reforço do papel dos serviços na economia global, com inequívocas consequências no apetrechamento necessário do setor em termos de qualificações e competências. A PE, pelo contrário, representa uma forte ameaça à destruição de certos empregos no setor do comércio e serviços.

Procuraremos nos parágrafos seguintes situar o alcance destes dois conjuntos de tendências do ponto de vista da formatação prospetiva de qualificações e necessidades de formação.

III.1.2 AS CADEIAS DE VALOR GLOBAIS

As CVG designam essencialmente o fenómeno hoje característico da economia global de fragmentação a nível mundial dos sistemas produtivos, com a produção a ser territorialmente distribuída em função de diferentes estratégias de localização (qualificações, materiais e custos salariais). A economia global transforma-se, por esta via, numa sucessão de movimentações de componentes (inputs) que atravessam continuamente múltiplas fronteiras, como é óbvio predominantemente realizadas no seio de empresas globais (um estágio mais avançado das multinacionais), mas também através de complexos processos de subcontratação a nível mundial que colocam também as empresas locais no processo. Do ponto de vista analítico, há que considerar essencialmente dois elementos. Por um lado, as exportações de um dado país conjugam valor acrescentado nacional e valor acrescentado externo (por via dos inputs importados), com o valor bruto da exportação a transcender significativamente o valor acrescentado nacional. Por outro lado, há que ter em conta que o valor acrescentado nacional exportado pode evoluir pelas cadeias de produção globais e regressar parte ao país por via das importações e até ser re-exportado.

Estudos disponíveis mostram que no chamado grupo dos G20 (OECD/WTO/UNCTAD, 2013) a intensidade do fenómeno não tem parado de aumentar a interdependência dessas economias: “entre 30 a 60% das exportações deste bloco de países são inputs importados ou são utilizadas como inputs de outros”.

A organização da economia mundial a partir das CVG vem revolucionar essencialmente duas coisas: primeiro, altera decisivamente a medida das performances exportadoras dos países, sendo cada vez mais necessário medir o valor acrescentado exportado e importado; segundo, vem tornar mais complexa a distinção básica da economia internacional entre “transacionáveis” e “não transacionáveis”, gerando entre outras consequências uma autêntica revolução no modo como interpretar o papel dos serviços nesta economia global em transformação.

Em Portugal, no plano mais recente, tem sido fundamentalmente o departamento de investigação do Banco de Portugal (Boletim Económico da Primavera 2014) a dar a este tema a relevância que ele merece. É conhecida a análise de Amador e Stehrer (Amador e Stehrer, 2014: 75) que caracterizam a situação da economia portuguesa face às CVG, distinguindo entre o nível de integração nessas CVG (medido pelo valor acrescentado externo nas exportações) e o posicionamento na cadeia de valor através da re-exportação de valor acrescentado nacional incorporado nas importações. O aprofundamento analítico que o acompanhamento quantitativo das CVG proporciona permite uma nova visão sobre o tão desejado setor transacionável em Portugal, alteração essa que é favorável ao reconhecimento da “transacionalidade” dos serviços e ao papel que novas famílias destes últimos desempenham no aprofundamento dessas CVG. Trata-se ainda de matéria fundamental para situar no contexto moderno das CVG os propósitos de reindustrialização que têm vindo a ganhar expressão no plano europeu e até no discurso político nacional, os quais face aos elementos analíticos disponíveis não podem deixar de integrar o novo papel dos serviços na globalização.

O que é relevante assinalar é que o fenómeno das CVG corresponde a tendências que não são novas, mas fortemente intensificadas pela combinação virtuosa de melhorias tecnológicas assinaláveis em matéria de tecnologias de informação e de comunicação, seus reflexos na aceleração dos transportes e redução de custos associadas, da liberalização do comércio internacional e da própria intensificação do Investimento Direto Estrangeiro. Essa intensificação pode naturalmente conduzir a uma mudança estrutural da economia mundial, mudança essa que o conceito de CVG pretende transmitir.

A relevância do fenómeno não pode também deixar de ser associada aos progressos na medida do mesmo. São identificáveis pelo menos duas fontes de bases de informação para esse progresso observado:

- A construção de matrizes input-output à escala global (World Input-Output Database – WIOD), utilizada pelos atrás mencionados estudos do Banco de Portugal, cobrindo 27 países da União Europeia (UE) e 13 grandes economias mundiais e abrangendo 35 setores a dois dígitos da CAE (Amador e Therer, 2014: 78);
- A base conjuntamente elaborada pela OCDE e pela OMC (TiVA – Trade in Value Added Database)², em função da qual as três instituições internacionais OCDE, OMC e UNCTAD têm analisado as CVG.

Tendo em conta o objeto da presente reflexão, é importante reconhecer que a medida mais rigorosa do comércio internacional em contexto de CVG reforçadas veio permitir reconhecer o papel bem mais decisivo dos serviços na internacionalização das economias do que inicialmente era contemplado. Como é óbvio, o reconhecimento da existência de serviços internacionalizáveis não é propriamente uma descoberta recente. O que é novidade é a determinação mais rigorosa do conteúdo em serviços das exportações das economias em que as CVG têm evoluído a um ritmo mais intenso. O estudo já citado da OECD/WTO/UNCTAD (2013) conclui que, no início da presente década, o conteúdo em serviços das exportações do G20 atingia 42% e que esse valor atingia 50% em alguns países desse grupo, como os EUA, a UE, o Reino Unido, a França e a Índia.

² Ver <http://www.oecd.org/industry/ind/measuringtradeinvalue-addedanoecd-wtojointinitiative.htm>

Esta descoberta não vem apagar a importância em alguns territórios da família dos serviços não transacionáveis, mas não há dúvida que projeta uma outra visão sobre os serviços em economias, como a portuguesa, em que a inserção na economia global é irreversível.

Outra coisa não seria de esperar numa organização da economia mundial em que as redes globais de produção e as cadeias logísticas associadas não podem ser concebidas sem uma forte articulação com a produção de intangíveis. Em domínios como os transportes, a logística, os serviços financeiros, as comunicações, a distribuição e a internacionalização em geral a dimensão dos intangíveis é crucial, com maior ou menor incorporação de conhecimento (serviços intensivos em conhecimento versus serviços não intensivos em conhecimento).

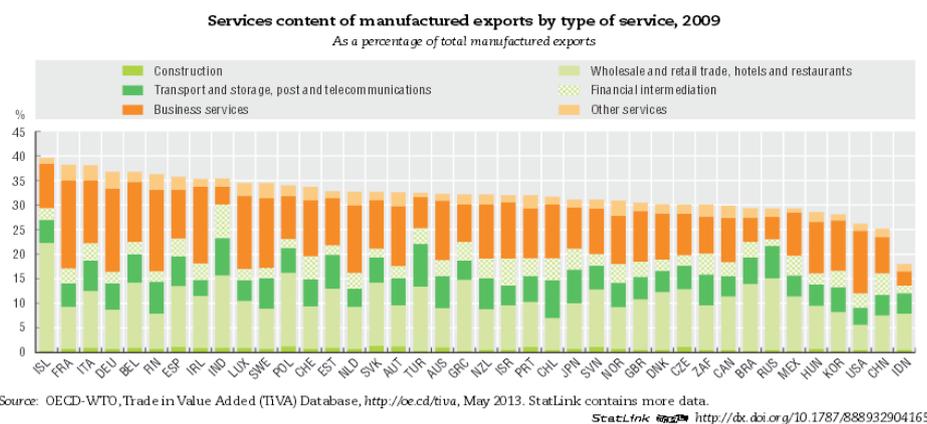
A relevância dos serviços em toda esta abordagem é fundamental para compreender em que medida a promoção de melhores condições de participação das economias periféricas como Portugal nas CVG não é apenas um problema de dotação infraestrutural. Ela é relevante como aliás estudos promovidos pela própria CCP o assinalam (Ribeiro e alli, 2014). A globalização implica um novo olhar sobre as apostas infraestruturais da economia portuguesa, corrigindo o tiro de algum esforço infraestrutural do passado recente. Mas a relevância dos serviços nas CVG mostra que não é apenas uma questão de infraestruturas, mas também de qualificações e competências que é necessário promover para uma maior proatividade de participação nessas redes: “Uma estratégia efetiva de competências é crucial para assegurar o envolvimento e melhoria de participação nas CVG e os necessários ajustamentos” (OECD/WTO/UNCTAD, 2013: 22).

O recurso aos cálculos da equipa do Banco de Portugal permite concluir que o valor acrescentado externo incorporado nas exportações portuguesas atingiu, no período em análise 1995–2011, um pico de 31,4%, após uma subida continuada, descendo a partir desse valor até 2011 para percentagens de praticamente 28%, refletindo o período difícil de colapso do comércio internacional combinado com a queda do produto. Este valor é mais elevado para as exportações dirigidas à zona Euro (cerca de 40%), apresentando a exportação de serviços uma quota de valor acrescentado externo nas exportações mais baixo (cerca de 16%). Os transportes são nestes últimos os que apresentam um valor mais elevado nesse indicador, com relevo para o transporte aéreo (27%).

É ainda relevante ter em conta que é nos principais mercados de exportação da Espanha e da Alemanha que o valor acrescentado externo das exportações portuguesas é mais elevado, refletindo a integração entre as economias, com o indicador da Alemanha a declinar mais recentemente.

Os dados trabalhados pela equipa do Banco de Portugal, embora permitam concluir que o próprio setor dos serviços transacionáveis não escapa à questão das CVG, não quantifica o conteúdo dos serviços internacionalizáveis externos incorporados no valor bruto das exportações portuguesas. Teremos para isso que recorrer à base de dados TiVA (OECD/WTO) que nos fornece em 2013 dados referentes ano de 2009, com a vantagem de o fazer para uma categorização de serviços com 6 grupos: construção; comércio por grosso e retalho, hotelaria e restauração; transportes, armazenamento e telecomunicações; intermediação financeira; serviços às empresas e outros serviços. Para os efeitos que temos em vista, essa quantificação fornece o pano de fundo sobre o tipo de serviços que incorporam as exportações portuguesas como inputs, sendo possível retirar daí uma primeira abordagem à procura de qualificações e competências que essas tendências irão implicar.

Figura n.º 65 – Serviços com matéria-prima exportada por tipo de serviço (2009, % da matéria-prima exportada)



Fonte: OECD Science, Technology and Industry Scoreboard 2013 – Innovation for Growth

Em Portugal, são os serviços às empresas que apresentam a maior presença relativa nas exportações nacionais, seguidos de perto do comércio e turismo. O padrão português está próximo das economias mais desenvolvidas, embora com pesos mais baixos dos serviços às empresas. Seria de esperar que Portugal apresentasse estruturas mais próximas dos países com maior peso do comércio e turismo, como são o caso da Eslovénia, Espanha, Grécia, Polónia, Turquia, entre outros. A proximidade existente entre as duas percentagens (9,1% no comércio e turismo) e 10,2% (nos serviços às empresas) pode prenunciar que Portugal se aproximará desse grupo.

Do ponto de vista metodológico, para contornar a inexistência de estudos específicos sobre a presença dos serviços nacionais nas CVG que permitam aprofundar esta categorização de serviços presentes nas exportações nacionais, poderemos eventualmente cruzar a estrutura setorial das exportações portuguesas com os serviços que revelam presença mais intensa nas CVG de acordo com os valores do peso do valor acrescentado externo e do valor acrescentado interno presente nas importações. Mas a pesquisa realizada mostra que para termos um quadro mais fino das tipologias de serviços que incorporam o valor acrescentado externo ou nacional das exportações será necessário mobilizar outro tipo de informação, designadamente de informação proveniente de estudos de caso focados em produtos ou setores específicos.

O que sabemos é que, apesar da intangibilidade dos serviços e da consequente maior dificuldade da sua medida, a abordagem ao comércio internacional sob o ponto de vista do valor acrescentado que circula ao longo das CVG mostra que o peso dos serviços aumenta consideravelmente. No fim da década 2000–2010, o peso dos serviços no comércio internacional quase duplicava (dos 23% em termos brutos para os 45% em termos de valor acrescentado).

Há, assim, dois fenómenos que evoluem em paralelo, a intensificação das CVG e das cadeias de oferta (supply chains), por um lado, e a intensificação do peso dos serviços, designadamente dos chamados serviços à produção (transportes, comunicações, sistema financeiro, distribuição e serviços às empresas), por outro. Ambos os fenómenos são claramente potenciados pela evolução tecnológica operada nos transportes e nas comunicações, a qual potencia, assim, simultaneamente, a fragmentação mundial da produção e a dimensão transacionável dos serviços, progressivamente integradas (Grossman & Rossi-Hansberg, 2008; Low, 2013).

Low (2013) fornece uma excelente introdução a estudos de caso disponíveis na literatura sobre a organização das CVG em produtos determinados, como são por exemplo o caso de produtos do vestuário, das telecomunicações (Nokia) ou das

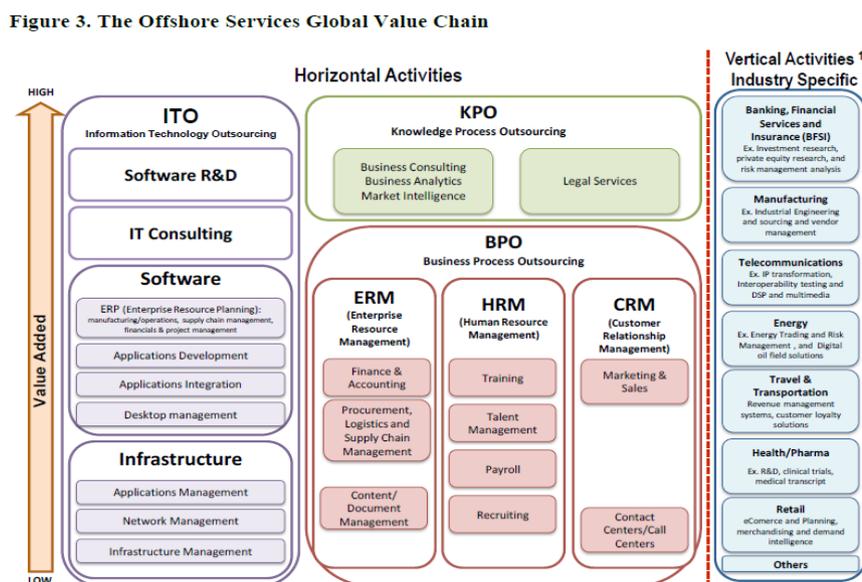
ferramentas (Sandvik, Suécia). Os exemplos invocados por Low (2013) evidenciam uma forte heterogeneidade de situações, num quadro global de fraco peso das operações de transformação em cada um dos casos. Como traço comum, é útil reconhecer a diferenciação que é necessário estabelecer entre a diversidade de serviços envolvidos na pré-transformação e no pós-transformação. No caso do vestuário (produto “fato”), avulta o número de que apenas 9% do preço a retalho é determinado pela produção propriamente dita, o que aponta para 91% de intangíveis na formação do preço do produto. No caso do telefone Nokia (Ali-Yrkkö et al., 2011), a componente de montagem do produto representava apenas 2% do valor do produto, distribuindo-se o restante pelas componentes (33%), serviços internos Nokia (31%), licenças (4%), distribuição (4%), retalho (11%) e lucro operacional (16%). No caso da Sandvik Tooling, o estudo invocado identificou 40 serviços diferentes para organizar a CVG e 12 serviços adicionais para estruturar os processos de ligação com os clientes finais. Nesta última dimensão e não apenas no caso das ferramentas, têm vindo a ganhar progressiva expressão os serviços pós-venda, fatores cruciais de fidelização de clientes e de revelação ao consumidor da organização de uma dada marca.

A literatura dos estudos de caso sobre CVG específicas e foco na presença dos serviços nesses processos é relevante, mas do ponto de vista da nossa reflexão interessa sobretudo para estabilizarmos uma categorização de serviços com potencial de internacionalização e participação acrescida nas exportações nacionais, à qual possamos associar um quadro prospetivo de necessidades de qualificações e competências.

A pesquisa realizada não é totalmente conclusiva sobre a categorização ideal para responder aos nossos objetivos. Há três grupos de serviços que emergem com clareza na sistematização possível: as tecnologias de informação e comunicação; os serviços intensivos em conhecimento e os serviços às empresas, cabendo a esta última categoria a menor intensidade em conhecimento.

Embora reportada às CVG de serviços adquiridos offshore, o esquema de categorização proposto por Fernandez Stark e alii, 2011: 11) é talvez o mais compreensivo.

Figura n.º 66 – Cadeia de Valor de serviços offshore



Fonte: Karina Fernandez-Stark e alii (2011), The Offshore Services Global Value Chain – Economic Upgrading and Workforce Development, DUKE CENTER on GLOBALIZATION, GOVERNANCE & COMPETITIVENESS

O modelo anterior é bastante desenvolvido em matéria de decomposição dos chamados business services. Contém no que respeita aos serviços transversais um relevante grupo na área das tecnologias de informação, um outro sobre atividades de

processamento do conhecimento com relevo para a consultadoria de negócios, análises de mercado e aconselhamento jurídico e um outro centrado na gestão, envolvendo recursos empresariais, humanos e de relacionamento com os clientes. No esquema apresentado, os setores específicos constantes da banda direita da figura representam aqueles que apresentam um mais elevado potencial de recurso a serviços offshore.

O esquema anterior não diverge substancialmente da categorização dos business services assumida pela OCDE que separa em business services intensivos em conhecimento e serviços operacionais. Nos primeiros, estão incluídos a consultadoria em TIC, a I&D, serviços jurídicos, contabilidade, marketing e publicidade. Nos segundos, a limpeza industrial, os serviços de segurança e de secretariado.

Em resumo, a forte participação dos serviços nas CVG em torno das quais a economia mundial tende a organizar-se constitui um elemento fortemente estruturante da evolução do setor, determinando a irreversível categorização dos serviços como pertencente ao domínio dos transacionáveis. Isto não significa, como é óbvio, que o comércio e serviços deixe de ter uma dimensão não transacionável. Tão só significa que o setor não está imune às incidências e transformação da própria globalização e que, em função da evolução prospetiva da economia portuguesa e do modo como ela se posicionará face a essa globalização, tenderá a combinar as duas dimensões de não transacionável e de transacionável.

Tal como pode ler-se em Ribeiro e outros (2014), publicação da CCP, essa prospetiva será tributária se Portugal conseguir afirmar-se como “plataforma de serviços às empresas e às redes globais de comunicações”. Aí se fala de oportunidades no domínio dos contact centres, do backoffice regional/global de empresas multinacionais, de tecnologias de informação para clientes, de software para o mercado global, de aplicações e conteúdos para distribuição na economia global e de centros de competências e de I&D para empresas multinacionais.

Do ponto de vista das necessidades de qualificações e de competências, as CVG e a eventual participação da economia portuguesa no seu desenvolvimento tenderão, num primeiro plano de efeitos, a suscitar a procura de recursos humanos qualificados (essencialmente licenciados e mestres e, mais remotamente, doutorados) em domínios chave como a dos sistemas de informação, engenharias informática e de sistemas, marketing, comunicação, gestão, logística. Com maiores exigências de identificação, poderemos falar das qualificações intermédias que a participação nas CVG deverão implicar. Dois cenários poderão aqui colocar-se. O primeiro observar-se-á se for verificada a tendência para que licenciados e mestres nos domínios atrás referidos ocupem postos de trabalho intermédios, num modelo de “sobrequalificação” para as funções desempenhadas, reduzindo por isso as oportunidades para que não licenciados titulares de diplomas profissionais tecnológicos as ocupem. É uma tendência que pode observar-se acaso a oferta de qualificações de licenciatura e mestrado supere a procura. O segundo cenário aponta para um menor peso do fenómeno da sobrequalificação e aí será necessário trabalhar com mais pormenor as qualificações e competências intermédias que poderão ser mobilizadas.

III.1.3 A POLARIZAÇÃO DOS EMPREGOS

Como foi anteriormente sublinhado, as CVG são simultaneamente um fenómeno tecnológico e de comércio internacional. O mesmo acontece, embora com maior influência das questões tecnológicas, com o tema da polarização dos empregos (polarization of jobs), tal como é identificado sobretudo na literatura que relaciona o progresso tecnológico com o comportamento dos mercados de trabalho.

A polarização dos empregos é um fenómeno identificado primeiro nas economias dos Estados Unidos da América (Autor, 2010 e 2014; Autor e Katz, 2006; Autor e Dorn (2013a) e do Reino Unido (Goos, Manning e Salomons, 2007 e 2009) e depois reconhecido como observável também em outras economias europeias, produzido essencialmente nas duas últimas décadas. O seu reconhecimento estatístico é produzido a partir do comportamento dos ritmos de criação (e de destruição) de empregos por categorias de qualificação (e de remuneração) dos mesmos: empregos muito qualificados, empregos intermédios e empregos com baixas qualificações.

A análise de Autor consagra três grandes grupos de empregos /ocupações:

- Ocupações de gestão e técnicas a que correspondem qualificações e remunerações elevadas;
- Ocupações de médias qualificações e remunerações no domínio das vendas, pessoal de escritório e administrativo, atividades de produção, artesanato e reparação e operadores fabris;
- Ocupações de baixas qualificações e remunerações envolvendo atividades de serviços de proteção e ajuda pessoal, de preparação de alimentos e de limpeza.

A evidência empírica da polarização corresponde ao facto dos extremos da distribuição terem comportamentos robustos em termos de emprego, embora com comportamentos opostos das remunerações salariais, ao passo que o grupo intermédio é fortemente atingido na sua dinâmica de criação de emprego. Esta questão pode também ser analisada do ponto de vista da destruição da classe média e da polarização da distribuição do rendimento mas não é nessa perspetiva que se torna relevante para a presente reflexão.

As razões possíveis que têm sido avançadas para explicar esta polarização combinam, como já foi referido, a dimensão tecnológica com a do comércio internacional.

A categoria intermédia reuniria segundo alguns autores a utilização de rotinas mecanizáveis e padronizáveis pelo que estariam em risco de substituição por processos assistidos por computador, isto é, programáveis para substituição mecânica. Além disso, envolveriam tarefas passíveis de outsourcing internacional por via da globalização e da deslocação dos centros de produção de algumas componentes do processo produtivo.

O mesmo não sucederia com as categorias do topo e da base. As categorias do topo são precisamente as que são induzidas pelos fenómenos da revolução informática, mantendo com esta uma intensa complementaridade. Daí normalmente a expressão de que o progresso tecnológico tem sido atravessado por um enviesamento de qualificações, favorecendo as qualificações mais elevadas. Não são, porém, atividades imunes ao outsourcing internacional e isso é hoje visível com a internacionalização das atividades de I&D.

Já no respeito às categorias da base, a forte relevância do conhecimento tácito no seu exercício determina uma maior dificuldade de programação por computador para

a sua substituição, para além do que não são passíveis de deslocalização internacional do serviço. Por outras palavras, uma empresa americana pode externalizar para o exterior os serviços de contabilidade, mas já não o poderá fazer por exemplo para os serviços de limpeza.

Como afirma David Autor (2014: 2), “a interação entre a máquina e a vantagem comparativa humana permite que os computadores substituam tarefas de rotina e codificadas, ao mesmo tempo que alargam a vantagem comparativa dos trabalhadores na oferta de capacidades de resolução de problemas, de adaptabilidade e de criatividade”. Em contrapartida, capacidades como controlo, orientação e julgamento de situações concretas não têm por agora substitutos mecânicos, tornando-se aliás mais valiosas à medida que a computadorização intensifica a sua influência. No seu artigo mais recente (2014), Autor redescobre a velha máxima de Polanyi “We know more than we can tell” para reafirmar a maior dificuldades das atividades de programação poderem reconstituir o exercício dessas capacidades. O que não significa que essas ocupações não interajam com a mecanização (veja-se o caso dos serviços de limpeza ou mesmo o caso dos serviços pessoais de saúde de proximidade).

A polarização dos empregos atravessa um debate intenso de que o artigo de 2014 de Autor se faz eco, sobretudo travado em torno de evidências mais recentes que parecem questionar as regularidades empíricas para as quais foram procuradas as razões mais plausíveis. E o próprio progresso tecnológico começa a dar passos no sentido da programação de tarefas com elevado conteúdo de conhecimento tácito, sobretudo através da aprendizagem em torno de análise e aprendizagem de doses massivas de informação passada relativa a processos em que o conhecimento tácito foi utilizado.

Para os efeitos pretendidos, interessa apenas relevar que se trata de matérias que tendem a atravessar transversalmente o comércio e serviços. Não é possível construir uma prospetiva consistente das implicações da polarização de empregos no setor. Mas há algumas ideias que é possível sistematizar. O setor está fortemente representado na categoria intermédia de ocupações e daí que potencialmente seja atingido pela destruição de empregos, sobretudo nas atividades com maior peso de rotinas mecanizáveis e passíveis de deslocação internacional. Os serviços administrativos estão nesse campo de mira. Mas como as tecnologias da saúde têm vindo a evidenciar, existe também a possibilidade de que o progresso técnico e científico induza complementaridades em matéria de qualificações intermédias (técnicos intermédios de saúde) como hoje já podemos constatar em alguns hospitais privados, em que a intervenção desses técnicos precede com vantagem a intervenção das maiores qualificações (os médicos).

O setor está também hoje representado (os serviços nas CVG) na categoria superior, na qual o progresso tecnológico induz claramente a procura de qualificações superiores (relevância dos serviços offshore). O espaço de oportunidade existe, mas a concorrência pelo domínio das plataformas de serviços internacionalizáveis é dura.

Finalmente, o setor está também representado nas categorias de ocupações inferiores. O risco da mecanização e correspondente substituição de empregos por máquinas é ainda reduzido. Mas em termos de necessidades de formação, a complementaridade entre as tarefas tácitas não mecanizáveis e deslocáveis para o exterior e o uso de máquinas será cada vez mais intenso.

III.1.4 OS SERVIÇOS E O TERRITÓRIO

Nesta categoria integramos uma vasta gama de atividades comerciais e de serviços que tenderemos a associar essencialmente ao domínio dos não transacionáveis, embora não seja de excluir a presença neste grupo de alguns serviços transacionáveis. De qualquer modo, a categoria é definida como predominantemente não transacionável, embora devamos ter em conta a eventual presença de serviços globais que não deixam de manter por si uma forte interação com o território. Dois exemplos ajudam a ilustrar esta última dimensão.

Em primeiro lugar, há determinadas parcelas ou zonas do território continental (Sines, por exemplo) que, pela sua localização ou proximidade a equipamentos /infraestruturas com funções a desempenhar na economia global, tenderão a atrair serviços logísticos, os quais como vimos na secção anterior apresentam hoje uma natureza marcadamente transacionável.

Em segundo lugar, pode antever-se que haja no futuro próximo alguns territórios a disputarem algum protagonismo ou iniciativa na área do turismo-saúde, sobretudo se tais territórios (o Algarve, por exemplo) forem capazes de estabelecer parcerias empresariais com players com experiência e atividade na economia global, quer no turismo, quer na saúde. O tipo de serviços que tal aposta irá atrair para ser viável afastar-se-á dos serviços típicos de suporte da atividade turística e será fonte de procura de novas competências.

Regressemos agora ao foco da categoria por nós criada, em busca das grandes tendências que poderão influenciar este universo de serviços.

De acordo com a reflexão preliminar realizada, no universo serviços – território tenderemos a individualizar para já duas subcategorias: a dos serviços urbanos e a dos serviços de proximidade. As duas subcategorias não se excluem totalmente, já que poderemos ter serviços de proximidade de base urbana. Mas neste caso o que nos interessa é sobretudo a característica da proximidade, não tanto as características do território em si. Nos serviços urbanos, tenderemos a estudar pelo menos nesta abordagem preliminar a função comércio-consumo na cidade.

Começemos por identificar algumas tendências que marcarão o modo como a evolução das cidades tenderá a influenciar a função comércio-consumo.

Destacaremos a este nível essencialmente duas tendências, aliás de sinal contrário: uma que vai no sentido da padronização /homogeneização dos modelos de consumo urbano e uma outra que vai no sentido contrário, ou seja da sua diversificação.

Os efeitos da “franchização”

A primeira prende-se com um fenómeno que atinge principalmente as cidades mais internacionalizadas e de maior potencial de consumo, induzida por uma mescla de fatores que incluem a demografia, o rendimento per capita e a procura turística. O fenómeno concretiza-se na “franchização” de uma parte considerável dos serviços de consumo urbano e tende a impor uma elevada padronização /homogeneização das atividades envolvidas. Essa padronização tem consequências nas competências requeridas, as quais são procuradas em contextos de relativamente baixas qualificações e essencialmente determinadas por processos e protocolos previamente identificados à partida e codificadas em manuais de formação interna. Os padrões “MacDonalds” e “Starbucks” estão amplamente estudados na literatura e têm correspondência parcial em muitas

outras atividades, mas o modelo de geração de necessidades de competências não apresenta diferenciações significativas. Tende a implicar um registo de qualificações médias baixas e as competências requeridas são largamente codificadas em manuais internos que constituem o coração de todas as atividades de formação. A questão que pode colocar-se é se estaremos perante um fenómeno com grande margem de extensão às cidades portuguesas. Existirá no mercado uma relação entre densidade de experiências de franchização e dimensão da Cidade. Nesta abordagem preliminar à tendência, diremos que o fenómeno apresentará uma maior probabilidade de ocorrência e generalização em Lisboa e no Porto, com manifestações mais pontuais num conjunto reduzido de outras cidades, seja por efeito da procura turística (Faro, por exemplo), seja por influência da própria hierarquia urbana (Braga e Coimbra, por exemplo).

A sofisticação do consumo urbano

Como foi anteriormente referido, a segunda tendência urbana é de sinal contrário e aponta para a sofisticação/diversificação do consumo urbano. A banalização desta tendência, que constitui uma deriva de processo, pode ser descrita pelo fenómeno da generalização precoce (que mata inevitavelmente o produto) das lojas gourmet. Na nossa perspetiva, o fenómeno da sofisticação/diversificação do consumo urbano é muito mais vasto do que a expressão gourmet e tem pontes com a moda e o vestuário alternativo, o estilismo, as indústrias culturais e criativas, o naturismo, os produtos delicatessen, o mobiliário e cerâmica de autor, o mobiliário de autor, o universo do retro, enfim todo um vasto mundo de sofisticação. Do ponto de vista do tema central da nossa reflexão, o das necessidades de competências, estamos a falar de um universo de serviços no qual são os próprios domínios da sofisticação a determinar os fatores de diferenciação das necessidades de competências. Em abordagem preliminar, diremos que as competências transversais exigidas por este tipo de atividades resumem-se a um espectro reduzido, no qual se incluem competências básicas de gestão de loja, vitrinismo, línguas e todo o mundo associado à utilização da WEB (comunicação e design, por exemplo). Este universo surge tendencialmente associado a qualificações médio-altas, sobretudo porque é determinado pela especificidade dos domínios de sofisticação aqui envolvidos. Do ponto de vista da sua generalização territorial possível, ele surge fortemente correlacionado com a estrutura de qualificações das cidades, embora possamos identificar uma variável explicativa associada aos efeitos da política de cidade desenvolvida a nível local. Óbidos e Évora são exemplos de cidades em que a própria política de cidade pode estimular a disseminação deste tipo de serviços não em conformidade com a estrutura preexistente de qualificações.

Estas duas tendências com espectros diferenciados em termos de geração de necessidades de competências coexistem com as tendências estruturais já conhecidas de outros estudos, como por exemplo o velho problema inerente à relação “declínio do setor tradicional versus peso das grandes e médias superfícies comerciais”.

Os serviços de proximidade

As tendências demográficas que marcarão as próximas duas ou três décadas de evolução da sociedade portuguesa, sobretudo a emergência do envelhecimento como característica transversal a praticamente todos os modelos territoriais do Portugal continental, tenderão por via dos efeitos das políticas públicas ou da resposta do mercado a impactar a oferta de serviços pessoais de proximidade.

De toda a vasta literatura existente sobre esta matéria emerge como tendência incontornável e praticamente estendida a todos os países com cenários demográficos

mais penalizadores a emergência dos serviços de apoio a uma população envelhecida. Esta população envelhecida coexiste, devido às transformações da família e das bacias de emprego, com o fenómeno do isolamento, que tanto pode ser urbano ou rural, não sendo o primeiro menos grave do que o segundo. O tipo de serviços pessoais que esta situação estrutural tenderá a reclamar organiza-se sobretudo em torno do eixo cuidados de saúde, mas integra toda a família de serviços pessoais de suporte à população envelhecida e sobretudo à parte dessa população que vive isolada seja por razões territoriais (por exemplo por efeito da baixa densidade e do esvaziamento do mundo rural), seja por questões de doença ou de incompatibilidade entre o modelo habitacional em que vivem e as suas características físicas.

Este universo de serviços opera tendencialmente com médias qualificações, as quais exigem sobretudo no eixo central dos cuidados de saúde formações profissionais muito especializadas, que correspondem à formação de competências de conteúdo técnico especializado mas que não exigem necessariamente recursos humanos de licenciatura. Como foi referido a propósito da secção respeitante à polarização de empregos, este é o domínio das médias qualificações que tenderá a resistir melhor a essa polarização e a beneficiar de algum progresso técnico que venha a verificar-se no domínio dos cuidados de saúde a população envelhecida.

Resta dizer que neste universo de serviços as competências mais transversais, por exemplo, as de atendimento e comunicação, acabam por revestir-se de dimensões específicas determinadas pelas particularidades do público envelhecido. O que significa que inclusivamente as competências transversais têm de ser objeto de formações específicas em função do público-alvo nessas funções de atendimento e comunicação.

Síntese final: um quadro-resumo de tendências e implicações em termos de qualificações e competências

O Quadro seguinte sintetiza a abordagem das grandes tendências que influenciarão o setor dos serviços e os padrões de qualificações e competências de suporte a essa evolução:

Quadro n.º 32 – Grandes tendências de evolução no setor dos serviços

Tendência	Principais elementos de caracterização	Padrões de qualificações associados	Competências e formação	Observações
<p>1. A progressiva relevância dos serviços nas Cadeias de Valor Globais (CVG)</p>	<p>Peso crescente de serviços transacionáveis na fragmentação mundial dos sistemas produtivos</p>	<p>Tendência que pressiona a procura de qualificações elevadas, cobrindo vários domínios de formação superior: gestão, marketing, sistemas de informação, engenharias informáticas e de sistemas</p>	<p>Essencialmente duas famílias de competências: competências transversais típicas de atividades com forte intensidade de internacionalização (línguas, TIC, marketing e gestão)</p>	<p>De referir que através de estudos específicos que tem patrocinado, a CCP apresenta um elevado grau de reflexão sobre este tema e poderá ser um interlocutor extremamente ativo na discussão das suas implicações em termos de competências e necessidades de formação</p>
	<p>Universo de serviços passível de “offshorização”</p>	<p>Pressão complementar de qualificações intermédias suscitadas sobretudo pelos domínios de maior generalização de TIC</p>	<p>Mas também competências específicas ditas pelo forte conteúdo de suporte tecnológico exigido por este tipo de atividades</p>	
	<p>Em domínios como os transportes, a logística, os serviços financeiros, as comunicações, a distribuição e a internacionalização em geral a dimensão dos intangíveis é crucial, com maior ou menor incorporação de conhecimento</p>			
	<p>A participação nas plataformas de oferta desses serviços passa a constituir um elemento de geoestratégia para os países</p>			
<p>2. A polarização dos empregos</p>	<p>Tendência que reporta aos serviços pelo facto deles estarem representados nas três categorias de qualificações que o fenómeno impacta: altas, médias e baixas qualificações</p>	<p>Espectro muito diversificado de padrões de qualificações</p>	<p>Necessidade evidente de reciclagem de competências e de formação no grupo das qualificações intermédias penalizadas pela queda de empregos</p>	<p>Necessidade de aprofundamento de estudos para a realidade portuguesa, já que a polarização dos empregos é essencialmente uma tendência estudada nos EUA e no Reino Unido. É também necessário avaliar os efeitos da crise em Portugal nesta matéria</p>
	<p>A evolução tecnológica tendeu nos tempos mais recentes a estimular o crescimento de empregos de altas qualificações e remunerações (serviços intensivos em conhecimento), o crescimento do emprego de baixas qualificações e baixos salários (serviços padronizados, limpeza por exemplo) e a determinar a queda de empregos de qualificações intermédias (essencialmente serviços administrativos, automatizáveis e passíveis de outsourcing)</p>	<p>Para Portugal é particularmente relevante o crescimento dos serviços intensivos em conhecimento (pelo potencial de absorção de desemprego jovem qualificado) e das qualificações intermédias complementares do avanço tecnológico</p>	<p>Formações complementares necessárias para o grupo das qualificações intermédias não atingido pela tendência de polarização</p>	

Tendência	Principais elementos de caracterização	Padrões de qualificações associados	Competências e formação	Observações
3. Serviços e território				
3.1. Serviços urbanos				
3.1.1. A <i>franchização</i>	Padrão de homogeneização dos modelos de consumo e da sua expressão urbana	Tendencialmente gerador de um universo de baixas qualificações	Competências fortemente codificadas em manuais técnicos sobre os quais os programas de formação são elaborados, tipo modelos “MacDonalds” e “Starbucks”	Eventual necessidade de alguns estudos de caso
	Presença de cadeias internacionais de lojas			
	Maior expressão nas cidades portuguesas de maior dimensão e com maior exposição turística			
3.1.2. A sofisticação do consumo urbano	Tendência oposta à <i>franchização</i> , com diferenciação e sofisticação determinadas pelo tipo de produtos ou atividades	Predominantemente associado a um universo de qualificações elevadas	Competências fortemente determinadas pelo domínio de sofisticação envolvido	Também eventual necessidade de alguns estudos de caso
	Distribuição espacial determinada essencialmente pela densidade de recursos humanos qualificados e por efeitos de políticas urbanas			
	Forte correlação com distritos culturais e criativos		Com um corpo de competências transversais relativamente limitado	
	Tendência com uma deriva de banalização introduzida pela disseminação do <i>gourmet</i>			
3.2. Serviços de proximidade	Tendência de procura fortemente determinada pelo fenómeno do envelhecimento como algo de transversal às sociedades europeias e ao qual a sociedade portuguesa também não escapará	Essencialmente associado a um universo de qualificações intermédias	Árvore de competências e formações associadas essencialmente determinadas pela especificidade do público-alvo dos serviços em causa	
	Fenómeno majorado pelo isolamento da população envelhecida, seja no plano rural, seja urbano			
	Relevância do eixo estruturante dos cuidados de saúde, mas envolvendo toda uma nova família de serviços pessoais dirigidos à população envelhecida	Podendo envolver complementarmente baixas qualificações complementares	Elevado potencial de programas de formação específicos para envolver baixas qualificações no processo	

III.2 APROFUNDAMENTO DO DIAGNÓSTICO: APROXIMAÇÃO AOS DIFERENTES SEGMENTOS DOS SERVIÇOS

III.2.1 DINÂMICAS DE MUDANÇA NO SETOR DOS SERVIÇOS ÀS EMPRESAS

Economia e condições de competitividade

Contínuo e cada vez mais complexo outsourcing

Um driver fundamental do crescimento dos serviços às empresas, sobretudo nas economias desenvolvidas, tem sido o facto de as empresas industriais cada vez mais optarem pelo outsourcing de atividades não nucleares.

A possibilidade de concentração destas empresas no seu core business, a preferência pela flexibilidade e a disponibilidade de uma oferta de serviços de outsourcing, à escala nacional e global, cada vez mais especializados e a preços mais baixos, como resultado do aumento da concorrência e da generalização das TIC, tem vindo a sustentar esta tendência de forma continuada. Outros fatores que estão positivamente associados ao outsourcing são a dimensão das empresas (quanto maior mais tendência há para a externalização de atividades), a importância da proximidade, em sectores onde a proximidade é importante, e a presença de serviços locais de boa qualidade (ECORYS, 2012).

No entanto, a crise económica atual que tem vindo a afetar gravemente muitas das economias europeias, a redução da própria base industrial da Europa e, em particular, nalguns dos Estados-membros, e as restrições orçamentais da despesa pública tendem a afetar o volume, a variedade ou a sofisticação dos serviços que as empresas e o Estado poderão vir externalizar ou subcontratar. Apesar dos serviços às empresas terem um peso crescente no consumo intermédio no conjunto da atividade produtiva, estes estão sujeitos aos ciclos económicos.

Assiste-se, contudo, a uma crescente subcontratação de atividades cada vez mais complexas e de elevada qualificação, o que tem estimulado o rápido crescimento do sector, e em particular, dos serviços às empresas mais intensivos em conhecimento e inovação. Inicialmente as atividades subcontratadas eram relativamente de baixa qualificação e de rotina. Enquanto o outsourcing de atividades low-skill é quase exclusivamente motivado por razões de custo, o outsourcing de atividades high-skill tem em conta sobretudo a disponibilidade de conhecimento e competências específicas. Em ambos os casos, o acesso a uma força de trabalho à escala global favorece o outsourcing e o offshoring para países com baixo custo de trabalho. Mas recentemente há um interesse crescente no inshoring, i.e. em transferir o trabalho de volta para os países europeus, uma vez que o impacto destas tendências no emprego é significativo.

Deste ponto de vista, a localização geográfica de Portugal permite, devido à diferença de fusos horários, que seja um destino de nearshore na Europa, trabalhando em articulação com a Índia (Ribeiro et al., 2012:230). Determinante será, contudo, a sua capacidade de inserção nas cadeias valor globais para serviços mais especializados e intensivos em conhecimento, em que a disponibilidade de recursos humanos qualificados a custos competitivos é cada vez mais um fator de atração.

Crescente “terciarização da indústria”

A indústria tem vindo a incorporar cada vez mais serviços na sua oferta de produtos, dando origem ao fenómeno da “terciarização da indústria”. Esta transformação de “empresas baseadas em produtos” para “empresas baseadas em serviços” é já hoje evidente na generalidade dos sectores da economia. Desde a década de 90 que o peso dos serviços às empresas nas cadeias de valor da indústria e do próprio sector de serviços cresceu rapidamente.

A crescente procura de inputs de conhecimento especializado na indústria, combinada com o outsourcing de partes desses serviços, implica que o desempenho, quer na indústria, quer nos serviços se tornou mais interdependente. Contudo, a produtividade nos serviços às empresas ao longo do tempo tem sido menor do que a da indústria, afetando os ganhos produtividade também nos sectores industriais. Como acrescenta Ribeiro et al. (2012) a este propósito, a produtividade no sector dos serviços é muito diferenciada e o seu crescimento relativamente baixo nalgumas atividades dos serviços, inclusive dos serviços às empresas, pode ser um entrave à contribuição direta do terciário para o crescimento económico global. Conseguir ganhos de eficiência e produtividade nos serviços às empresas, sobretudo através da incorporação e exploração das tecnologias de informação e comunicação, assume uma importância crescente.

A caminho da globalização dos serviços

A produção de bens e serviços é cada vez mais fragmentada e geograficamente dispersa o que resulta na expansão de cadeias de valor globais. Por outro lado, a tendência de outsourcing tem vindo a ver acompanhada por uma outra – a de offshoring – ou de transferência de trabalho para outras localizações do mundo, normalmente com custos de mão-de-obra mais baixos. A generalização das TIC e da internet, reduzindo os custos de transação, possibilitam novas formas de organização da produção e simultaneamente tornaram “transacionáveis” um leque alargado de serviços.

No entanto, apesar do potencial de exportação de serviços ser considerável e crescente, o peso dos serviços nas exportações é ainda relativamente reduzido. Reforçar a internacionalização das empresas de serviços europeias, sobretudo para mercados externos de crescimento rápido, onde se assiste também ao surgimento de empresas de consultoria locais, e completar o mercado interno para o sector dos serviços às empresas são duas recomendações fundamentais do HLG on Business Services (EC, 2014b). Nomeadamente, a nível europeu, questões como falta de informação sobre procedimentos de internacionalização, burocracia excessiva, legislação fragmentada, barreiras à entrada, sobretudo para as PME, impostos e regimes de seguros que impedem o comércio de serviços interfronteiras são referidas como impedimentos à implementação da Directiva de Serviços (Directive 2006/123/EC).

Ribeiro et al. (2012:94) fala mesmo na “globalização dos serviços” que, embora, mais evidente nalguns segmentos do que noutros, poderá, “nos próximos 15 anos, [...] ter efeitos ainda mais amplos do que a anterior globalização da indústria transformadora”.

A questão estará em explorar esta oportunidade através da capacidade das próprias empresas serviços em acompanhar os clientes para mercados externos, da atração de investimento de multinacionais, de parcerias com grandes grupos empresariais ou de inserção em redes globais de ofertas de serviços.

Tecnologia e inovação

“Internet das coisas” e Big Data

A tecnologia, especialmente a revolução digital, estão a mudar a forma como os serviços são desenhados e fornecidos aos clientes, exigindo novos modelos de negócio.

Na maior parte dos serviços às empresas nomeadamente os baseados em tecnologia e intensivos em conhecimento, o digital delivery é cada vez mais importante (OECD, 2004). A natureza intangível de muitos serviços, a possibilidade de expandir os mercados e de aumentar a eficiência das operações, ganhando economias de escala, tem encorajado esta tendência.

De facto, não apenas a tecnologia altera a natureza de alguns serviços às empresas como também permitirá gerar oportunidades de inovação – de novos serviços e de novos modelos de negócio – e ganhos de eficiência e de produtividade no próprio sector.

Também um número cada vez maior de dados e informação recolhidos via redes de sensores e tecnologias digitais, a chamada “internet das coisas” (com cada vez mais devices conetados à internet) e o desenvolvimento da “Web 4.0”, serão novos recursos críticos para as organizações (EC, 2014b). O aumento significativo do volume, variedade e velocidade de dados disponíveis (Big Data) suporta já hoje novos serviços e competências fundamentais no apoio à tomada de decisão em muitos sectores de atividade. Alguns dos setores de serviços às empresas estarão na frente de desenho, fornecimento, apoio ou assistência destas novas soluções tecnológicas mas a generalidade dos serviços às empresas deverão assumir um papel fundamental na forma como indústria poderá tirar partido desta “revolução tecnológica”.

Como reconhece o HLG on Business Services (EC, 2014b:16), “enquanto muitos dos serviços às empresas têm sido tradicionalmente intensivos em trabalho, no futuro veremos mais serviços às empresas que serão ou technology dependent ou pelo menos technology enabled”.

Coprodução e inovação aberta

A inovação nos serviços é diferenciada da inovação na indústria. O fator humano é de elevada importância, as inovações são de natureza intangível e a são caracterizadas por uma forte conectividade com os clientes (Schricke et al. 2012).

A própria natureza dos serviços, em que geralmente a produção e o consumo ocorrem em simultâneo, requer interação entre cliente e fornecedor, i.e. coprodução, embora a necessidade ou a possibilidade de coprodução varie consoante o serviço ou o sector (ECORYS, 2008).

Os serviços criativos ou mais intensivos em conhecimento tendem a ser mais “costumizados” e a requererem mais interação. A possibilidade de standardização dos serviços é também limitada, sobretudo nestas atividades, não favorecendo economias de escala e custos baixos. No entanto, em grande parte dos serviços de base tecnológica é já possível combinar “customização”, standardização e modularização, o que aumenta o potencial de comercialização dos serviços e do conhecimento e a sua dispersão geográfica.

Num modelo de coprodução, tanto a disponibilidade do fornecedor de serviços para investir na interação com o cliente, como a absorptive capacity do cliente (conhecimento, capacidades e recursos dedicados) são fundamentais para que o serviço prestado seja produtivo e eficaz.

Por outro lado, este modelo de produção tende a aumentar a possibilidade de transferência de conhecimento entre as empresas cliente e fornecedora, o que estimula a inovação, sobretudo nos sectores clientes. O aumento da open inovação, ou da geração de inovação com o envolvimento do cliente (cocriação), significa que a inovação nos serviços é profundamente exigente e será um importante fator de diferenciação.

Modelos de “Service delivery”

O papel dos standards

Os standards permitem codificar as melhores práticas e são uma das formas de melhorar o desempenho dos serviços às empresas e a qualidade dos serviços prestados. Os standards são também uma forma de reforçar a confiança dos clientes nas capacidades do fornecedor.

A informação assimétrica que existe na interação com o cliente e as características específicas dos serviços às empresas como “experience goods” (ECORYS, 2012), em que o valor do serviço é conhecido apenas depois de ser prestado ao cliente, pode limitar a procura, sobretudo de serviços prestados por pequenas empresas ou por empresas novas. Os standards podem, em princípio, reduzir esta falha de informação. De qualquer das formas, a reputação do prestador de serviço e a confiança do cliente são sempre um importante recurso para sinalizar a qualidade do serviço.

Os standards nos serviços às empresas são tipicamente mais orientados para o processo (p.ex. ISO) e inputs (p.ex. qualificações da mão-de-obra, regulamentação das profissões) do que para os resultados, ou seja, para os próprios serviços prestados, na medida em que estes são, na sua maioria, intangíveis e frequentemente feitos à medida de cada cliente.

No entanto, os serviços que não necessitam de uma intensa participação do cliente são de mais fácil submissão a standards e partes dos serviços mais intensivos em conhecimento são também passíveis de se introduzir standards, nomeadamente através de normas de conduta ou de procedimentos.

A crescente concorrência e a necessidade de regular as práticas no sector e a qualidade dos serviços prestados tenderão a favorecer a introdução de standards, nalguns casos impulsionada pela contratação pública, como forma de regulação, noutros pelas associações de sector, como medida de proteção dos mercados, e noutros ainda pelas grandes empresas e multinacionais como forma de seleção dos seus fornecedores. A introdução de standards gera normalmente oportunidades de aprendizagem e de inovação.

Parcerias e redes na prestação do serviço

Muitos dos serviços às empresas são hoje fornecidos por redes e parcerias de empresas que agregam competências e recursos diferenciados. O outsourcing está também a aumentar entre as próprias empresas de serviços.

Como a complexidade dos serviços aumenta – particularmente no que respeita à natureza da tecnologia e do conhecimento envolvidos – é provável que um número cada vez maior de empresas colabore para a prestação de serviços. Por outro lado, é comum a existência de contratos de longa duração incorporando uma extensão e uma diversidade de serviços que dificilmente se encontram disponíveis numa única empresa.

Estas empresas são frequentemente distintas entre si, do ponto de vista das suas capacidades, localização e dimensão, trazendo também uma complexidade adicional à gestão do próprio contrato, da relação com o cliente e entre fornecedores. Questões como liderança e modelos de organização, comunicação, gestão da cadeia de subcontratação, controlo financeiro, procedimentos de qualidade ou direitos de propriedade intelectual, entre outras, aumentam a exigência da prestação do serviço.

Mercado de trabalho

A oferta de recursos humanos qualificados

Como reconhece o HLG on Business Services (EC, 2014b), apesar da tecnologia assumir um papel cada vez mais importante nos serviços às empresas, o factor fundamental é ainda a qualidade do seu capital humano.

O crescimento dos serviços às empresas tem vindo a criar emprego, sobretudo, nos segmentos de serviços de maior valor acrescentado, e em empregos com elevada exigência em qualificações e competências específicas. Segundo as últimas previsões do CEDEFOP (2014), o número de empregos neste sector, ao nível da UE28, deverá registar um crescimento de 13,5% na próxima década, comparado com um crescimento médio do emprego no conjunto da economia europeia de 3,3%.

Requer por isso a disponibilidade de recursos humanos qualificados, sobretudo em áreas onde a procura tem sido maior, nomeadamente nas TIC. No entanto, as mais recentes projecções de necessidades e de oferta de mão-de-obra em TIC no horizonte de 2020 apontam claramente para continuidade do “ICT skills gap” na Europa, mesmo num cenário de crescimento económico e de investimento em tecnologia modesto. Estima-se que cerca de meio milhão de empregos fiquem por preencher por falta de mão-de-obra já em 2015 e em 2020 quase 1 milhão. As projecções realizadas para Portugal apontam para cerca de 15 000 potenciais empregos não preenchidos por falta de mão-de-obra em 2020, cerca de 5 vezes mais do que a falta de profissionais em TIC que em 2012 já era estimada para Portugal (EC, 2014a).

Deste ponto de vista, garantir fluxos suficientes de jovens qualificados, a nível intermédio e superior, em áreas fundamentais para o sector dos serviços às empresas é de facto uma condição fundamental para o crescimento do sector e para a atratividade dos territórios na localização das operações de grandes multinacionais à escala global. Num contexto de elevado desemprego, a possibilidade de reconversão de jovens qualificados em áreas relacionadas ou de profissionais a meio da carreira poderem vir a ser formadas ou reconvertidas para empregos no sector das TIC ou em setores e profissões que usam intensivamente TIC é já hoje explorada.

Simultaneamente há também uma crescente necessidade de atualização e formação contínua daqueles que já estão empregados no sector, especialmente nos serviços às empresas caracterizados por empregos de menor qualidade e em profissões menos qualificadas. De outra forma os ganhos potenciais de produtividade e de inovação gerados pela tecnologia serão limitados.

A mobilidade e a competição global pelos talentos

A mobilidade do trabalho é também um importante requisito da internacionalização dos serviços às empresas e da própria capacidade de o sector fazer face à falta de mão-de-obra qualificada que tem vindo a enfrentar nalgumas das suas atividades.

Embora sejam crescentes os fluxos de mão-de-obra jovem e altamente qualificada no espaço europeu, a existência de diferentes culturas, enquadramentos legais e línguas são ainda barreiras difíceis de ultrapassar. Como sublinha o HLG on Business Services (EC, 2014b), por exemplo, o domínio de línguas estrangeiras é muito relevante para as exigências de comunicação no sector, que não estando garantido limita a mobilidade na Europa ou fora dela. Neste contexto um maior reconhecimento das qualificações no seio da Europa facilitaria a mobilidade de quadros e técnicos.

Este é um sector onde um dos factores fundamentais de atratividade para o investimento é a qualidade do capital humano disponível, nas suas múltiplas dimensões, e a custos competitivos: de qualificação de base, de formação técnica especializada, de capacidade de comunicação e de uso ou interação intensiva com a tecnologia, nomeadamente com TIC. Num contexto de crescente outsourcing e offshoring de serviços cada vez mais integrados e complexos, a competição pelos talentos é intensa e global.

Impulso político

Estratégia Europeia

Tendo em consideração a diversidade do sector, a sua importância na economia europeia – os serviços às empresas contribuem com 1,7% do PIB e 12% do emprego – e o seu impacto em todos os outros sectores, os serviços às empresas são considerados fundamentais para a agenda de crescimento e emprego na Europa. Assumem também um papel central na estratégia de reindustrialização da Europa, quer através do fornecimento de serviços inovadores, quer pelo processo de “terciarização da indústria” (EC, 2013; EC, 2014d).

O relatório do HLG on Business Services (EC, 2014b) recomenda assim a existência de uma grande iniciativa para os Serviços às Empresas a integrar a revisão da Estratégia Europa 2020. Para além das recomendações relativas ao estímulo à internacionalização do sector, dentro e fora do mercado europeu, são ainda sugeridas outras intervenções no sentido de: (1) implementar um novo quadro de contratação pública de serviços, mais focado nos resultados, na qualidade e inovação dos serviços, do que apenas no preço (outcome-based contracts); (2) reduzir os custos de participação das PME na contratação de serviços através da promoção da agregação, colaboração e dos standards na contratação; (3) criar uma infraestrutura tecnológica que junte indústria e serviços e que permita a partilha de dados e de informação facilitando ganhos de produtividade e inovação no sector dos serviços às empresas.

De destacar ainda a preocupação do HLG com a necessidade de formação contínua e aprendizagem ao longo da vida para quem já trabalha no sector e de garantir quer um fluxo suficiente de jovens diplomados, quer os mecanismos de facilitação da mobilidade internacional no mercado de trabalho. Esta estratégia será fundamental para manter a atratividade da Europa e a capacidade de inovação das suas empresas à escala global.

Agenda para a Competitividade do Comércio, Serviços e Restauração 2014–2020

Recentemente lançada em Portugal, esta Agenda visa, de uma forma ampla, promover a competitividade e a inovação das atividades do comércio, serviços e restauração. Não tendo um enfoque especial no sector dos serviços às empresas, reconhece a sua importância, nomeadamente referindo-se aos Centros de Serviços Partilhados, um dos clusters económico-industriais de investimento estruturados pela AICEP. “Os contributos desta atividade económica para a competitividade da economia e captação de investimento direto estrangeiro criam a necessidade de definir uma estratégia orientada para a afirmação moderna, inovadora e com uma forte componente de I&D para as empresas” (Governo de Portugal, 2014:45).

Para além das funções no âmbito das TIC e dos serviços financeiros, é crescente também a existência de centros de serviços partilhados em funções administrativas, recursos humanos, compras, marketing, serviços de assistência ao cliente e I&D. Neste contexto, a Agenda pretende dar continuidade à estratégia de afirmação de Portugal como destino preferencial para a instalação de Centros de Serviços Partilhados, nomeadamente de serviços qualificados e com maior valor acrescentado. Reconhece-se as características que destacam Portugal no mercado europeu e global: (1) recursos humanos com boas competências em línguas e capacidade de adaptação; (2) custos unitários de trabalho competitivos; (3) infraestruturas tecnológicas, informáticas e localização geográfica; (3) impostos e custos indiretos, especialmente no custo de ocupação de escritórios (Governo de Portugal, 2014:46).

É de referir ainda a aposta na economia digital através do maior acesso das PME ao mercado digital, bem como mais empreendedorismo e internacionalização do setor das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), exigindo a articulação com a Agenda Portugal Digital.

No âmbito da internacionalização, nomeadamente para o mercado europeu, preconiza a inclusão de uma iniciativa de maximização da Directiva de Serviços, na linha das recomendações europeias de desenvolvimento do mercado interno dos serviços (EC, 2012; EC 2014c).

Finalmente, destaca-se a medida de promoção de estágios para recém-licenciados em Organizações Internacionais de Comércio, como aposta na formação de jovens quadros que possam vir a apoiar e a promover a internacionalização das empresas de serviços, nomeadamente das PME.

Quadro n.º 33 – Síntese dos drivers de mudança nos Serviços às Empresas

Economia e Condições de Competitividade	Tecnologia e Inovação	Modelos de “Service Delivery”	Mercado de trabalho
<p>Cadeias de valor mais globalizadas com crescente outsourcing de atividades.</p> <p>Custos reduzidos de serviços e oferta de recursos humanos qualificados estão entre os principais atrativos da localização dessas atividades.</p> <p>Tendência de outsourcing acompanhada de offshoring, com instalação de centros de serviços fora da Europa. Crescente preocupação com os impactos no emprego tende a despertar a atenção para o inshoring ou nearshoring.</p> <p>Crescente complexidade das atividades externalizadas requerendo elevadas qualificações e competências específicas.</p> <p>Crescente incorporação de serviços na produção industrial (“terciarização da indústria”), nomeadamente inputs de conhecimento especializado.</p> <p>Ganhos de produtividade nos serviços inferiores aos da indústria, exigindo-se mais intensidade tecnológica e de inovação.</p>	<p>As tecnologias digitais permitem ganhos de eficiência e de produtividade no sector.</p> <p>As tecnologias digitais geram também oportunidades de inovação de processos e serviços (p.ex. aumenta o digital delivery e algumas empresas especializam-se no desenho e fornecimento de novas soluções tecnológicas).</p> <p>A “internet das coisas”, o desenvolvimento da Web 4.0 e o fenómeno do “Big Data” estão a gerar uma nova fileira de serviços e de competências fundamental ao futuro dos serviços às empresas.</p> <p>A intensidade tecnológica dos serviços às empresas, na sua generalidade, tende a aumentar.</p> <p>A inovação nos serviços é diferente da inovação na indústria: exige mais interação com o cliente e a sua natureza é mais intangível.</p>	<p>Os standards para os serviços existem mas menos do que para a indústria. Estão sobretudo dirigidos para os processos e inputs do serviço.</p> <p>A natureza dos próprios serviços prestados às empresas limita a sua codificação e normalização, contudo será crescente o uso de standards e de regulação no sector.</p> <p>A introdução de standards tende a aumentar a qualidade do serviço, a confiança do cliente (reduzindo a informação assimétrica) e gera oportunidades de aprendizagem e de inovação.</p> <p>Com o aumento da complexidade dos serviços subcontratados, as empresas tendem a colaborar entre si e a constituírem parcerias para o fornecimento do serviço.</p> <p>Aumento da duração e da extensão dos contratos de prestação de serviços exigindo múltiplas competências e controlo dos custos do projeto ao longo do seu ciclo de vida.</p>	<p>A disponibilidade de recursos qualificados a preços competitivos é um factor fundamental de atratividade dos territórios nas decisões de outsourcing e offshoring.</p> <p>O sector dos serviços às empresas tem vindo a criar emprego, sobretudo nos segmentos de mais elevada qualificação.</p> <p>O risco de skills shortages no sector, i.e. de não dispor de mão-de-obra suficiente para as necessidades que tem, é elevado pelo que é essencial assegurar fluxos permanentes, suficientes e de qualidade de graduados em determinadas áreas.</p> <p>Num contexto de elevado desemprego, e sobretudo de elevado desemprego jovem, é necessário aumentar a mobilidade profissional e geográfica, nomeadamente reconvertendo para as profissões do sector com mais procura e estimulando fluxos migratórios de mão-de-obra qualificada.</p>
<p>Risco do potencial de crescimento do sector dos serviços às empresas ficar limitado pela crise e lenta recuperação da economia europeia.</p> <p>Necessidade de maior internacionalização do sector, desenvolvendo o mercado interno de serviços a nível europeu (Directiva de Serviços) e a inserção em redes globais de oferta de serviços.</p>	<p>Este modelo de “inovação aberta” requer mais disponibilidade, tempo e partilha de conhecimento, gerando knowledge spillovers que contribuem significativamente para a inovação nas empresas clientes.</p> <p>O potencial de estandardização e de economias de escala nos serviços às empresas é geralmente baixo, mas maior em serviços de base tecnológica.</p> <p>Ainda assim, a possibilidade de “costumização” do serviço é importante do ponto de vista da competitividade e diferenciação.</p>	<p>Crescente complexidade na gestão dos próprios contratos, incluindo aspectos de liderança e gestão da parceria, direitos de propriedade, gestão da cadeia de subcontratação, controlo financeiro, entre outros.</p>	<p>A intensidade tecnológica e a complexidade crescente dos serviços às empresas geram necessidades de formação contínua da sua mão-de-obra, sobretudo nos segmentos de emprego menos qualificado.</p>

III.2.3 DINÂMICAS DE MUDANÇA NO SETOR DO COMÉRCIO E SERVIÇOS PESSOAIS

No exercício de delimitação, o subsetor do comércio concentra a globalidade da atividade comercial a retalho e por grosso (excetuando a manutenção e reparação de veículos) e os serviços pessoais consideram a essencialmente o segmento de cuidados de beleza e bem-estar. Como se poderá reconhecer pela próprias tendências de evolução adiante sublinhas, considerar-se que a integração entre comércio e serviços às pessoas é grande guia-se por elementos evolução comuns. Nessa medida, a análise, ainda preliminar, que se faz dessas tendências de evolução sugerem a realização de uma abordagem integrada a estes dois subsetores que o desenvolvimento do estudo permitirá, ou não, validar.

Tendências Gerais de Evolução

No sentido de organizar as tendência de evolução que afetam o setor do comércio o roteiro de análise proposto considera um conjunto de quatro grandes categorias de análise: a evolução no plano económico (e financeiro), a evolução no plano social, a evolução tecnológica e o impulso dado pelas políticas públicas.

O exercício procura situar as principais linhas de evolução com impacto mais direto e visível sobre o comércio e serviços pessoais para, num segundo momento, situar as transformações de ordem geral que estas induzem ao nível das competências e qualificações.

No que se refere ao plano económico e financeiro, procuram situar-se os aspetos do contexto económico e financeiro que numa perspetiva global da evolução dos mercados influenciam a forma como se organiza e funciona a atividade económica, em particular a influência que estes domínios têm sobre o contexto competitivo e as dinâmicas da procura.

No que se refere ao plano da evolução social e das políticas, procuram situar-se as transformações que influenciam o comportamento e preferências individuais ao nível do consumo, assim como, o sentido das opções de política pública e o modo como estas procuram influenciar a evolução do setor.

No que se refere ao plano da evolução tecnológica, o exercício procura situar como ao nível da atividade do comércio se cumpre a apropriação das principais inovações tecnológicas existentes, nomeadamente no que se refere à utilização das tecnologias online, e como estas influenciam as estratégias e formas de venda e os hábitos e preferências de consumo.

Economia e condições de competitividade

É no plano da evolução económica que encontramos algumas das principais dinâmicas de mudança que já influenciam e continuarão a influenciar a transformação do setor no curto e médio prazo. A caracterização da dinâmica empresarial e do emprego realizada neste relatório explicita bem como o agudizar da crise económico-financeira vivida a partir de 2008, e que ainda hoje perdura, impactou severamente no setor. Esta dinâmica, para além de apresentar traços conjunturais associados à crise do sistema financeiro e das dívidas soberanas não afasta atributos estruturais que indiciam uma relevante e duradoura alteração de contexto.

Com efeito, a perspetiva de crescimento continuado do poder de compra e, concomitantemente, do consumo de massas, foi abalada pelo contexto de crise mundial que fez emergir uma nova ordem marcada pela contenção sobre o rendimento disponível das famílias e por uma expectativa mais baixa relativamente ao seu potencial de crescimento. Esta transformação tem expressão mais evidente no chamado mundo ocidental, na Europa em particular, e tem sido particularmente sentida em Portugal que assistiu a uma relevante queda do consumo interno. É possível considerar que a globalização e a crise financeira alteraram a “ordem mundial” no que se refere a padrões e aptidões de consumo. A expressão do consumo em massa parece agora uma realidade significativa das economias emergentes, dando lugar a alguma transformação do modelo de consumo na Europa e América onde a relação custo-benefício é escrutinada de forma diferente.

Por óbvias razões, o setor do comércio é particularmente sensível à evolução do poder de compra do mercado interno e à interrupção ou anemia da trajetória de contínuo crescimento do poder de compra e do consumo vivida nas últimas décadas, pelo que as mudanças a este nível estão a trazer significativas transformações na forma como se determinam as condições de competitividade do comércio e dos serviços prestados às pessoas. A queda abrupta do consumo privado entre 2010 e 2012 (-8,7%) ilustra esta dinâmica que a ligeira recuperação verificada em 2013 e no corrente ano não alterou substancialmente. A moderação nas taxas de crescimento económico têm um horizonte largo e impõem um contexto de crescente competitividade na disputa do rendimento disponível das famílias. Em Portugal, essa severidade contextual assume uma expressão incontornável.

A redução do orçamento disponível impõe uma atenção acrescida à variável preço e a necessidade de uma maior arbitragem na escolha do tipo de consumos. A consequência natural desta dinâmica é a afirmação de uma maior seletividade por parte do consumidor que pode ter expressão em variáveis contrastadas: o preço, por um lado, valorizando a aquisição de bens e serviços de baixo custo (do custo justo ao custo mais baixo possível) e o valor, por outro lado, que situa a relevância de comprar bens e serviços que ofereçam maior retorno. Em ambos os casos, com maior critério na escolha. De algum modo, esta evolução vem de encontro a fragilização dos termos da relação entre poder de compra (mais reduzido) e vontade de comprar (continuadamente crescente) que favorecem o custo baixo como forma de promover a elasticidade do consumo e o valor como estratégia para preservar os níveis de retorno obtidos com um nível mais baixo de despesa.

O significativo recuo na oferta comercial e a elevada rotatividade dos negócios que se vão criando são dois expressivos indicadores da degradação verificada no contexto económico. Contudo, as dinâmicas emergentes também situam perspetivas positivas, nomeadamente no que se refere à “requalificação” dos profissionais do setor. Com efeito, como referido nas entrevistas realizadas, “as empresas modernizaram-se, a estratégia de negócio é mais pensada e estão mais atentos/ despertados para a necessidade de mudar e inovar. Ao mesmo tempo, o perfil dos comerciantes também mudou nos últimos anos: os que ficaram e resistiram são os mais diferenciados e os que entraram de novo, regra geral, são mais qualificados.” Aqui emergem relevantes pistas para antecipar a evolução do setor. Maior inovação dos negócios e maior qualificação dos empresários que, só por si, representa uma oportunidade potencial para uma estratégia de desenvolvimento de recursos humanos do setor mais eficaz.

A quebra na dinâmica da procura no setor do comércio é ilustrada, também, pela evolução recente verificada ao nível do franchising. Com efeito, conforme referido pela associação que representa esta atividade, tem-se assistido a uma quebra da representatividade do segmento que opera no comércio para o segmento dos serviços às empresas que tem registado maior dinamismo.

A redução dos custos de operação e a escolha de bens e serviços de baixo custo estão na mesma equação que a aposta na comercialização de serviços e não só de bens e na incorporação de benefícios emocionais e práticos no contexto da transação. Estes dois eixos – trata-se de operar, em simultâneo ou não fórmulas de valor acrescentado com fórmulas de desconto – complementam-se na resposta ao mesmo problema, ou seja, a quebra na progressão exponencial da procura. O movimento a que temos assistido de disseminação de propostas e conceitos de preços baixos, inicialmente baseados na deslocalização para a Ásia (principalmente a China) das fontes de aprovisionamento mas agora de forma mais transversal aos diferentes negócios e bens, constitui uma expressão evidente desta evolução. A outra expressão desta dinâmica refere-se à crescente inovação de conceitos e valorização de serviços a que também temos vindo a assistir. Ou seja, competir e obter lucro neste subsector tornou-se significativamente mais difícil: é imperioso reduzir margens ou acrescentar valor e, valioso, combinar as duas.

Esta evolução situa dois polos que, em grande medida, tem estado a influenciar os modelos de negócio no comércio e, de algum modo também, nos serviços pessoais: de um lado a venda de produtos e serviços a baixo custo do outro lado a constituição de pontos de venda de serviços que procuram incorporar valor ao conteúdo da transação.

O desafio mais profundo que está implícito nesta dinâmica de mudança corresponde à crescente necessidade de o comércio despertar a procura e impulsionar o seu próprio crescimento que, nas dinâmicas recentemente observadas surgia de forma “natural” em resultado da fórmula que combinava crescimento demográfico com expansão do rendimento económico.

Associada a estas dinâmicas assistimos a um forte efeito de segmentação da oferta. A segmentação de mercado e a adoção de estratégias multimarca associam-se nesta dinâmica. A exploração de novos conceitos tem proliferado, representando o franchising uma opção relevante para apoiar a estruturar e implementar modelos inovadores e apoiados em conceitos fortes que isoladamente é mais difícil projetar do ponto de vista da imagem e marca.

A evolução dos modelos de negócio aponta, como referido, para um reforço da dimensão de serviços associada à própria atividade comercial. Esta dinâmica reflete, por um lado, a incorporação, progressivamente mais expressiva, de componentes de serviço no contexto da comercialização de bens e serviços, apontando cada vez mais o comércio como um “ponto de venda” de um serviço que pode incluir a comercialização de bens, e, por outro, uma maior integração do setor de serviços às pessoas com o segmento do retalho comercial.

O continuado reforço da globalização económica compreende o aprofundamento do contexto competitivo do setor. Com efeito, duas dinâmicas se cruzam neste plano. Por um lado, a deslocalização da atividade comercial suportada nas novas tecnologias de comunicação e informação e, por outro, a presença (física) no mercado de cadeias globais de retalho. Em ambas as dinâmicas se situam oportunidades e desafios para as empresas do comércio.

Com efeito, a evolução económica e o aprofundamento dos traços de globalização introduzem, no plano global, desafios ao nível da internacionalização do comércio.

No plano do mercado interno, acentua-se a exigência de competir, em resultado da entrada de operadores externos, num mercado mais disputado em que modelos de negócio inovadores e com significativa capacidade de investimento tendem a concentrar quotas de mercado relevantes e fragilizar a capacidade competitiva de modelos de negócio que, dentro dos mesmos segmentos, oferecem uma proposta de valor mais baixa.

No plano da internacionalização com presença física, as tendências globais reforçam as oportunidades de negócios fortemente apoiados em marcas e conceitos globais ou com capacidade de investimento. Este não será um plano em que a capacidade de aproveitamento por parte de um tecido empresarial insuficientemente inovador e que enfrenta a concorrência de mercados europeus mais avançados possa reunir grandes expectativas. Contudo, algumas oportunidades subsistem e que, no caso português, poderão ser potenciadas na relação com os mercados de língua portuguesa. A marca, a inovação no conceito e a utilização de modelos testados e formatos reforçam as margens de sucesso no quadro da internacionalização. Como retomaremos adiante, a variável tecnológica abre novas oportunidades nesta frente que o setor deve procurar aprofundar.

A função logística tem vindo a assumir uma relevância crescente e a ser integrada pelos grossistas que por esta via assumem um papel de controlo da distribuição.

Ainda no plano económico, importa referir a evolução em alta do custo da energia que impacta quer sobre a cadeia de custos de produção (transportes e funcionamento dos espaços de venda, por exemplo) quer sobre o comportamento da procura (menor recetividade a assumir os custos de deslocações longas, por exemplo).

No plano das dinâmicas sociais

O envelhecimento da população, que em Portugal assume uma expressão vincada no contexto europeu, representa a primeira dinâmica de transformação social que importará sublinhar. Com efeito, são vários os domínios em que assistimos ao impacto significativo desta tendência e a atividade comercial não fica à margem desta deriva. A valorização da proximidade e da comodidade tende a reforçar-se através desta dinâmica.

Como se explicita na Agenda para a Competitividade “o perfil demográfico português mostra que apenas 15% dos residentes têm menos de 15 anos e cerca de 20% têm idade superior a 64 anos. Há cerca de 2 milhões de portugueses com 65 ou mais anos, dos quais 1 milhão tem 75 ou mais anos e 200 mil idade superior a 85 anos”.

Seja por influência do envelhecimento da população seja pelo acréscimo dos custos por via da variável energética, a mobilidade emerge como questão relevante na estruturação e funcionamento do comércio. O ressurgimento da proximidade e a interação que nesse plano se estabelece com o próprio planeamento urbano, que na evolução mais recente tende a incentivar as relações de proximidade, constitui uma dinâmica a sublinhar. A comodidade de serviço é um atributo que ganha importância para este segmento e impõe-se como trunfo competitivo na competição com o mercado de proximidade (refira-se a este propósito os sistemas de entrega ao domicílio gratuitas praticadas por algumas grandes superfícies para clientes dos escalões etários mais altos).

Complementarmente, é possível reconhecer que o conceito de proximidade ganha uma expressão maior do que aquela que lhe é atribuída pela vertente física, significando, também, confiança, qualidade e serviço. Estes são valores nucleares da nova proposta de valor que o comércio e os serviços pessoais devem garantir aos indivíduos. Elevar o valor acrescentado é a alternativa consistente a vender a baixo custo e exige que se combine a venda de soluções personalizadas e de benefícios emocionais e de comodidade na experiência de compra.

Naturalmente, associada a esta proposta de valor está o reforço da função de aconselhamento que se revela fundamental para os objetivos de fidelização e personalização inerentes às lógicas de proximidade.

A proliferação de valores mais individualistas favorece a afirmação de modelos de consumo e, logicamente, comerciais e, com especial relevo neste caso, de serviços pessoais orientados pela perspectiva de personalização dos bens e serviços. Esta expectativa de personalização dos consumos aproxima o comércio da ótica dos serviços em que se dilui a lógica de massas na resposta ao mercado e se acentua a ótica da customização das respostas. Do ponto de vista dos modelos de negócio, esta tendência reforça a o espaço e a oportunidade para modelos de negócio que valorizem a capacidade de especificar respostas, seja através de uma precisa segmentação do mercado alvo seja pela capacidade para modelar e adequar num contexto mais diversificado os bens e serviços comercializados.

A crescente recetividade às preocupações relacionadas com a sustentabilidade ambiental produz, também, impactos relevantes sobre o conjunto da atividade económica e sobre a forma como se vão alterando os comportamentos individuais. Estas alterações influenciam os comportamentos não só no que se refere ao perfil de consumo como, também, aos modos de compra. O comércio é um dos domínios de atividade onde este impacto é bastante evidente. A incorporação de valores relacionados com a proteção ambiental na atividade comercial pode fazer-se através da natureza dos bens e serviços comercializados ou da forma como se organiza a sua comercialização. Em ambas as circunstâncias é crescente a relevância atribuída pelo consumidor à problemática do desenvolvimento sustentável. A preferência por produtos menos nefastos para o ambiente ou ecologicamente reconhecidos e a redução do custo ambiental associado ao processo de compra (embalagens e transportes, por exemplo) são disso exemplo. Nesta ótica, a “classificação” ambiental associada aos bens e serviços e ao próprio processo de venda constitui uma valia competitiva com relevância crescente.

O crescimento continuado da procura assumida pelos não residentes constitui uma importante dinâmica de evolução, correspondendo a mudanças relevantes do ponto de vista da orientação de mercado onde a relevância dos bens e serviços correntes, do pequeno formado e da diferenciação constituem atributos relevantes.

No plano tecnológico

O comércio vive hoje em dia uma profunda transformação induzida pela tecnologia. O impacto desta evolução é visível e está para além da tradicional referência à venda a distância e à referência ao comércio eletrónico como a sua principal forma de expressão. Aliás, no contexto da rápida evolução tecnológica que temos vivido, o comércio eletrónico na sua configuração mais “tradicional” (venda a distância através de um sitio na Internet) sofreu uma apreciável erosão enquanto modelo de projeção da evolução, evidenciando a dificuldade que o exercício de antecipação de tendências futuras tem revelado neste domínio.

Procurando sublinhar a ideia de que a evolução influenciada pelas tecnologias de informação e comunicação não confinou à afirmação de modelos relativamente estanques de comércio apoiado pelo recurso ao online, alguns trabalhos referem-se ao fim do comércio eletrónico e afirmam a ideia do comércio conectado (Barba, 2011)³. Esta imagem procura, em certa medida, sublinhar que a dicotomia estabelecida entre o comércio online e o comércio em loja física, inerente à proposta de rutura trazida pelo comércio eletrónico está datada. No entanto, com ela não se afasta o protagonismo que continuará a ter o comércio eletrónico, sobretudo no contexto das grandes cadeias internacionais de venda, mas associa-lhe o efeito de diversificação do uso do online no contexto da atividade comercial. Assim, o comércio do presente já é, muito expressivamente, um comércio onde as dinâmicas de relação entre a presença na

³ Catherine Barba, 2020: *La fin du e-commerce... ou l'avènement du commerce connecté?*, Avec le soutien du Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie (Direction Générale de la Compétitivité, de l'Industrie et des Services)

Internet, o espaço físico, a participação nas redes sociais e o recurso às comunicações móveis estão presentes de forma conjugada e estabelecendo relações cada vez mais fluidas entre estas diversas componentes. O caminho de integração entre estas componentes afigura-se uma tendência forte em que o “mix” da sua conjugação é variável e reflete abordagens próprias de cada negócio.

Esta evolução é sublinhada na Agenda para a Competitividade do setor e ilustrada através da referência a uma análise realizada pelo Boston Consulting Group. Aí se explicita a evolução entre as lojas online (comércio eletrónico) da década de 2000 e as lojas apoiadas nas redes sociais e na tecnologia móvel da presente década.

Com efeito, a transformação tecnológica e, a par desta, a evolução que socialmente se produziu no modo de uso dos novos recursos permitem reconhecer que a evolução verificada não se esgota da oposição entre os modos de compra online e presencial. De forma crescente, a tecnologia é mobilizada em articulação e complementaridade com outras estratégias, tornando a experiência de compra um processo multifacetado onde a interação tecnológica, está cada vez mais presente mas não se posiciona exclusivamente como modo alternativo. Com efeito, como é referido no trabalho acima referenciado “le commerce de demain permettra naturellement à un acheteur de rechercher un produit sur un support digital, de décider s’il veut l’acheter en magasin ou en ligne, à partir d’un terminal fixe ou portable, de se le faire livrer ou le retirer dans un magasin près de chez lui, bénéficier d’un SAV près de chez lui ou aller le retirer dans un point relais, un point de vente ou chez un particulier. Le e-commerce sera une expérience d’achat totalement intégrée à la vie réelle. >>

Noutro estudo consultado que avaliou as compras eletrónicas entre consumidores e empresas em 2,4 mil milhões em 2012 – 1,5% do PIB – é estimado que esta fatia irá crescer até aos 4 mil milhões em 2017, representando 2,5% do PIB. Assim, a integração tecnológica na organização e funcionamento do comércio é incontornável e condiciona a forma como devem ser pensados e implementados os negócios.

As tendências referidas remetem para a mobilização dos diversos canais online no quadro da atividade comercial, atribuindo a cada um objetivos e finalidades específicas e onde se inclui a internet, as redes sociais (Facebook, LinkedIn, Twitter, ...) e as aplicações móveis, por exemplo. Assim, o recurso a estas tecnologias introduz uma abordagem multicanal na relação com o mercado que, simultaneamente, remete para a articulação e complementaridade entre eles. Numa abordagem evolutiva a esta dinâmica, alguns autores substituem a referência ao multicanal como tendência para se referirem ao “cross-canal”, ou seja, ao cruzamento combinado de vários canais na operação comercial.

Dispor de uma abordagem que valoriza a mobilização dos diferentes canais online requer capacidade para lidar com diferentes exigências e desafios. Desde a definição do posicionamento estratégico do negócio até à política de preços e passando pelas ferramentas tecnológicas e recursos logísticos inerentes ao modelo de operação escolhido, são vários os domínios onde se geram novas formas de estruturar o negócio.

Importará precisar que esta intensificação do uso das novas tecnologias não se confina unicamente à função de venda – como mais explicitamente é sugerido pelo comércio eletrónico – mas estende-se à prestação de serviços pré e pós venda, assim como, ao próprio processo de organização e gestão do negócio.

O funcionamento do backoffice das empresas comerciais (gestão de stocks, faturação, aprovisionamento, por exemplo) constituem domínios onde o impacto das tecnologias de informação e comunicação continua latente. As vertentes do aprovisionamento e logística reúnem neste plano uma relevância acrescida. Com efeito, o recurso às TIC permite uma flexibilidade e imediatismo nos processos de compra e na

gestão e coordenação dos fluxos de abastecimento e intercâmbio que trazem uma flexibilidade acrescida aos modos de operar.

A expansão das transações online reforça as exigências de aperfeiçoamento no setor dos transportes e distribuição, contribuindo para a alterações na forma de organizar os processos de venda – baseados em fluxos mais continuados e flexíveis de aprovisionamento e entrega – e reduzindo a centralidade e dimensão exigida ao espaço físico.

Nesta perspetiva, o impacto da dimensão tecnológica é transversal aos vários domínios da atividade. Por essa razão, os seus efeitos sobre o conteúdo dos empregos não se resumem às profissões do comércio propriamente ditas mas estendem-se a domínios de exercício profissional que são relevantes para o comércio mas que se situam no segmento da prestação de serviços às empresas. A delimitação entre estes espaços nem sempre é fácil. Retomaremos adiante o nosso exercício de análise sobre esta questão.

O impacto da difusão tecnológica permite, com efeito, o surgimento de vários novos conceitos de negócio, nem sempre facilmente classificáveis, e que podem abranger modelos mais circunscritos à venda a distância através da internet, modelos que incluem o recursos aos diversos canais e ferramentas online para articular valências de organização, funcionamento, informação, venda e serviços e modelos totalmente automatizados de venda.

De referir ainda, no que se refere ao plano tecnológico, que a integração entre mercados, quer no que se refere às cadeias de fornecimento quer no que se refere aos próprios clientes, introduz significativas ruturas na atividade comercial que, naturalmente, é fortemente diferenciada consoante o contexto de inserção, o ramo e os segmentos do negócio.

No seu conjunto, as tendências de evolução no subsector do comércio explicitam a progressiva passagem para uma sociedade de serviços.

O impulso político

No plano das políticas públicas, a principal fonte para reunir informação sobre as linhas de orientação propostas reside na Agenda para a Competitividade do Comércio, Serviços e Restauração 2014 – 2020 recentemente adotada. Conforme se explicita no seu Sumário Executivo, a Agenda para a Competitividade do Comércio, Serviços e Restauração “pretende ser um contributo transversal às questões com impacto” nestes setores.

Em primeiro lugar, importa considerar que esta agenda situa este setor, no seu conjunto, como essenciais para elevar os níveis de emprego e de crescimento da economia. Nestes termos, esta asserção parece situar uma aposta no crescimento do setor e da sua representatividade no contexto da atividade económica.

Em linha com o exposto, a Agenda refere o objetivo de “reavivar o comércio, serviços e restauração, dinamizando-os de forma mais consistente” e situa cinco eixos estratégicos:

- Potenciar o conhecimento e o acompanhamento;
- Reduzir os custos de contexto e executar a simplificação administrativa;
- Incrementar a competitividade e o acesso ao financiamento;
- Capacitar a internacionalização e a economia digital;
- Revitalizar e fomentar a restauração e similares.

A criação de um Conselho para o Comércio, Serviços e Restauração constitui a medida emblemática do primeiro eixo de intervenção e que deverá ser responsável pelo desenvolvimento de um roteiro para o sector, “de forma a apoiar a mudança do negócio e a preparação para o futuro”. Esta proposta não regista, contudo, desenvolvimentos reveladores da orientação estratégia que lhe dará substância.

A evolução do quadro legal constitui um dos aspetos enfatizados pela Agenda para a Competitividade do setor. Neste plano, é dada particular ênfase à transposição da Diretiva Comunitária sobre o comércio e serviços, recentemente concretizada através do Decreto-lei nº 24/2014 que já entrou em vigor e pela alteração à Lei de Defesa do Consumidor em fase final de aprovação. Também no plano normativo, sublinha-se a aprovação da proposta de lei do Novo Regime Jurídico de Acesso e Exercício de Atividades de Comércio, Serviços e Restauração e a transposição da diretiva serviços.

Em conjunto, estas evoluções procuram favorecer a iniciativa empresarial, reforçar a transparência e equilíbrio no contexto competitivo e reforçar a proteção dos direitos e expectativas dos consumidores. Assim, a um contexto de melhores oportunidades ao nível do ambiente empresarial, pretende-se associar um contexto de maior responsabilização e facilidade de acesso ao exercício de direitos por parte dos consumidores (o projeto-piloto de criação do Livro de Reclamações Eletrónico é disto exemplo). O objetivo de adotar um quadro legal que contribua para que elevar a produtividade do setor inclui-se neste âmbito. A aplicação de regras que facilitem o acesso à atividade e ao mercado e alguma liberalização de práticas emergem como linhas de aposta situadas pela Agenda para a Competitividade. Complementarmente, ao nível da evolução legal perspectiva-se, ainda, adequar o quadro de regulação ao desenvolvimento da economia digital.

A revisão do quadro legal reúne o principal conjunto de iniciativas que se alinha com os objetivos de reduzir os custos de contexto e executar a simplificação administrativa e incrementar a competitividade e o acesso ao financiamento.

O eixo relativo à competitividade e acesso ao financiamento reúne, ainda, os programas de apoio e sistemas de incentivos ao investimento (incluindo os abrangidos pelo Portugal 2020). Globalmente, reúnem intervenções que procuram facilitar e incentivar a iniciativa empresarial. Ainda neste âmbito, a Agenda propõe o desenvolvimento de uma Estratégia Territorial para o Comércio, Serviços e Restauração que contribua para promover a dinamização dos centros urbanos e a renovação do tecido comercial e de serviços incluído nessa área. Ao nível dos incentivos, destaque-se a intenção de criar um “instrumento financeiro destinado a apoiar o comércio em contexto rural.” A articulação deste instrumento com o comércio transfronteiriço e com o turismo é explicitada. A este nível restará saber se será possível contrariar alguma subalternização que o comércio tem tido no contexto das políticas de urbanismo, promovendo um olhar mais integrado a este nível.

Por fim, referir a menção ao domínio da capacitação das PME que contempla o objetivo de fortalecer competências dos empresários e trabalhadores nos seguintes domínios: i) economia digital; ii) abordagem estratégica ao negócio e iii) inovação;

O eixo 4 da Agenda para a Competitividade do Comércio, Serviços e Restauração reúne apoios focados em dois grandes domínios: a presença online das empresas do setor e os apoios à internacionalização.

O domínio da restauração combina as iniciativas relacionadas com a regulação do setor com os apoios financeiros à atividade (como, por exemplo, a Linha de capitalização para a restauração e similares).

Numa apreciação global, é possível considerar que a Agenda propõe uma abordagem de estímulo ao reforço do funcionamento das condições de mercado, investindo numa regulação mais eficaz e menos restritiva (investido na desmaterialização e desburocratização) e na disponibilização de incentivos financeiros à modernização e internacionalização das empresas. De notar que o domínio do capital humano se encontra pouco presente no enunciado programático da Agenda e que esta não estabelece uma diferenciação muito vincada entre o setor dos serviços e do comércio.

Ainda no plano do impulso político, importará sublinhar o contributo que o investimento na renovação dos centros urbanos das cidades e vilas, que a Agenda retoma mas que já merece atenção por parte da política pública há algum tempo, tem para a renovação do setor e dos seus modelos de desenvolvimento. Com efeito, a reanimação do comércio local é indissociável desta dinâmica e continuará a beneficiar com o aprofundamento desta dinâmica.

De referir que no conjunto, as mudanças sublinhadas parecem exigir que as associações do setor do comércio pensem na sua própria evolução, procurando “reinventar-se” (como referido numa das entrevistas realizadas) e assumir um papel diferente em que a capacidade de coordenar estratégias e apoiar os pequenos retalhistas deve estar mais presente.

O exercício preliminar de identificação das tendências de evolução é sistematizado no quadro seguinte com a identificação dos principais sublinhados associados à dinâmica de evolução percebida em cada uma das categorias de análise consideradas: fatores económicos, fatores sociais, fatores tecnológicos e fatores políticos.

Um «Zoom» sobre os serviços pessoais : o caso dos Serviços de Apoio à Comunidade e à Família

Este segmento dos serviços pessoais inclui, fundamentalmente, os cuidados a grupos com necessidades particulares – crianças, doentes, idosos e pessoas com deficiência. É um setor multifacetado com relevância em termos de emprego, predominantemente feminino, e com diferentes modelos de organização e prestação de serviço. Os centros de dia, creches, serviços de saúde e apoio domiciliário, exemplificam o tipo de estruturas envolvidas, e a forma de estruturação dos serviços está dependente do financiamento e da tipologia de organizações, que se divide em dois grandes grupos: serviços públicos e organizações do terceiro setor.

A diversidade de formas de organização dificulta o estabelecimento de um quadro nítido da mão-de-obra envolvida, situação agravada pela provisão de serviços “informais” (família, amigos e voluntários), que não são remunerados mas podem receber algum tipo de apoio financeiro público.

Note-se, ainda, em termos de enquadramento geral, a reduzida valorização social e a imagem negativa dos empregos neste segmento, com repercussões no potencial de recrutamento. Os aspetos que justificam este panorama são, nomeadamente, os seguintes: fracas condições de trabalho, contratos temporários, *stress*, rotatividade de trabalhadores, indeterminação nos trajetos de evolução profissional e fracas oportunidades de formação.

Os documentos de referência do CEDEFOP⁴ relativos à evolução das qualificações e competências neste segmento dos serviços apresentam a seguinte sistematização dos principais drivers de mudança.

Quadro 34. Tendências gerais dos drivers de mudança nos Serviços de Apoio à Comunidade e à Família

Drivers e efeitos estimados nos empregos e qualificações	
Demografia	Mudanças nas características do grupo de clientes sobretudo pela relevância crescente dos mais velhos comparativamente aos restantes grupos, nomeadamente crianças, e tendência de longevidade crescente dos idosos.
Enquadramento político e regulamentar	Estabelecimento de regulamentos de qualidade dos serviços e definição de níveis mínimos de qualificação para desempenho das funções, que pressionam à elevação das qualificações e competências dos recursos humanos. Situações de redução de financiamento ou dificuldades económicas das organizações podem levar à pressão para o aumento da produtividade com consequências em termos da polivalência das funções.
Tecnologia	A tendência da integração das TIC na prestação dos serviços, por exemplo os dispositivos de comunicação remota para monitorização de equipamentos de diagnóstico, terão implicações no tipo de interação com os utentes e nas competências dos profissionais.
Sociais	Tendência de aumento dos serviços formais, em função das mudanças na matriz familiar e menor disponibilidade dos cuidadores informais (famílias monoparentais, reforço da presença das mulheres no mercado de trabalho e mobilidade da força de trabalho/ emigração).

A tendência de longo prazo de maior integração entre os serviços de saúde e os serviços sociais também merece referência como uma dimensão que terá implicações nos empregos e nas competências dos profissionais. De facto, os empregos de carácter mais operacional integram atividades variadas (p.e. compras, preparação de refeições, cuidados pessoais, higiene ...), e em alguns países inclui-se, também, a prestação de serviços de enfermagem, noutros está vertente está abrangida pelo setor da saúde. A propensão para a profissionalização destas funções e o aumento da variedade dos empregos do sector, devido à integração das componentes de assistência médica e de reabilitação, são duas tendências de evolução do emprego do sector.

Os mesmos documentos referem expectativas de crescimento significativo do emprego neste segmento dos serviços, nas próximas décadas, mas sem padrão comum de evolução nos diversos países da União Europeia. A prestação dos cuidados aos idosos (nomeadamente cuidados prolongados associados ao aumento da longevidade) é o principal fator justificativo para a expansão do emprego. Mesmo nos cenários mais moderados o crescimento previsto é muito impressionante, o que leva a concluir que este segmento será responsável por importantes oportunidades de emprego para as mulheres, dada a sua forte tendência de feminização.

⁴ EU Skills Panorama (2014) *Personal, care and protective service workers Analytical. Highlight*, prepared by ICF and Cedefop for the European Commission.

EU Skills Panorama (2014) *Skills for social care. Analytical Highlight* prepared by ICF GHK and Cedefop for the European Commission.

Ainda no que concerne às tendências de crescimento do emprego na UE, os empregos de direção e administrativos merecem uma menção particular dada a sua relevância atual e a prazo – em alguns países é neste grupo que se centra o crescimento previsível dos empregos.

Um estudo recente focado na realidade nacional aponta, igualmente, para cenários de evolução positiva do emprego nos serviços aos idosos. São também referidas necessidades de novas especialidades e de reconversão que abrangem profissionais altamente qualificados e profissionais de média e baixa qualificação, conforme se explicita seguidamente.⁵

Previsão para a evolução do emprego especificamente associada aos serviços aos idosos em Portugal

Necessidades totais de Recursos Humanos em 2020:

“Em qualquer dos cenários observa-se um crescimento do emprego entre 2009 e 2020, sendo de 6,2 %, cerca de 900 novos postos de trabalho por ano, no cenário baixo e de 53,2 %, aproximadamente 7 900 postos de trabalho a criar por ano para o cenário alto

Necessidades de novas especialidades e necessidades de reconversão

As necessidades em novas especialidades recaem sobretudo em médicos especialistas em geriatria, na especialidade de enfermagem para idosos que qualquer das duas não existe atualmente. Convém ainda lançar a categoria profissional de ajudante de saúde.

O pessoal técnico que apresenta uma maior necessidade de ajustamento à realidade são os psicólogos, terapeutas da fala, terapeutas em geral.

A reconversão de outras categorias é fundamental, nomeadamente os ajudantes de lar em auxiliares de enfermagem.

A tendência para os próximos 10 anos é no sentido de garantir que os idosos estejam, cada vez mais tempo, em casa o que exigirá um reforço muito grande das equipas de apoio domiciliário tanto para os cuidados sociais como para os de saúde”

A auscultação de outros agentes do terceiro setor confirma as tendências de crescimento do emprego nas áreas e serviços mais tradicionais, sobretudo no apoio aos idosos, mas é necessário ponderar este crescimento face à redução previsível dos recursos humanos alocados à infância. Por isso, estas dinâmicas podem não corresponder necessariamente ao aumento do emprego, mas antes à transferência dos recursos existentes para outras funções.

As mesmas fontes referem que as perspetivas de crescimento do emprego nos Serviços de Apoio à Comunidade e à Família estão, também, dependentes da evolução das organizações do terceiro setor e do reforço e diversificação do seu campo de atuação.

Nos últimos anos tem-se assistido a uma valorização crescente destas organizações associada ao contexto de crise e ao seu papel no amortecimento das situações de vulnerabilidade social e aumento da procura de serviços. Por outro lado, no âmbito do Portugal 2020 abrem-se oportunidades de financiamento para novas áreas de

⁵ *Novos empregos e competências nos domínios da saúde e serviços sociais no contexto do envelhecimento demográfico (2011), Serga, Soares, Maria Cândida; Sousa Fialho, José António.*

intervenção, que constituem um apoio supletivo face aos atuais sistemas suportados nos acordos de cooperação, que são direcionados para auxiliar o funcionamento regular das instituições.

Neste âmbito, o Programa Portugal Inovação Social constitui uma referência incontornável dada a relevância dos instrumentos financeiros de apoio à inovação social, contudo a sua valorização supõe uma mudança de paradigma e uma reconfiguração dos serviços e da estrutura organizativa, por parte do terceiro sector, que não se vislumbra como um cenário previsível e fácil de alcançar pela generalidade das organizações. Além disso, a fragilidade financeira das organizações também não favorece o aproveitamento destas oportunidades.

A criação de novas soluções nas áreas de intervenção tradicional, o reforço da ação junto de grupos relevantes, como os jovens ou os desempregados, e a adesão a conceitos como o empreendedorismo social e inovação social enfrentam desafios e condições particulares, quanto às perspetivas de evolução das organizações do terceiro setor com base nestas novas dinâmicas.

Neste sentido, apesar do contexto favorável a mudanças no perfil de serviços com potencial impacto no crescimento e diversificação dos empregos, as características do tecido dominante das organizações do terceiro setor, maioritariamente formatado para os serviços tradicionais, aconselham uma perspetiva cautelosa quanto ao potencial de criação de novos empregos.

Em qualquer caso, é certo que nos serviços de apoio a estas organizações se abrem perspetivas de reforço da intervenção, nomeadamente ao nível da formação, da qualidade, da consultoria e da avaliação.

Necessidades de evolução das qualificações e competências

Os documentos do CEDEFOP referidos anteriormente apresentam um conjunto de tendências gerais em termos de necessidades de evolução das qualificações e das competências, que se podem sistematizar do seguinte modo:

Personalização do serviço	Avaliar e atender de forma sistemática as necessidades e satisfação dos clientes no respeito pelas situações individuais, padrões e requisitos definidos para a prestação do serviço e gerando empatia e confiança.
Qualidade e segurança do serviço	Consideração dos regulamentos de qualidade e segurança, o que supõe conhecimento, compreensão e aplicação correta, nomeadamente na utilização de equipamentos.
Pensamento crítico e tomada de decisão	Identificação em tempo oportuno de problemas e necessidades de intervenção, avaliação das soluções e escolha das abordagens mais pertinentes.
Comunicação	Escuta ativa; comunicação oral; compreensão e leitura; escrita; línguas estrangeiras.
TIC	Expertise tecnológica relacionada essencialmente com a integração das tecnologias na saúde;
Outras soft skills	Capacidades de mediação, trabalho em equipa, consciência da diversidade multicultural e promoção dos direitos humanos.

O estudo da Serga (2011) previamente mencionado alinha por estas tendências gerais, embora com incidência particular nos serviços aos idosos, conforme se apresenta seguidamente.

Necessidades de competências especificamente associadas aos serviços aos idosos em Portugal

Competências básicas: motivação, disponibilidade para aprendizagem contínua, sentido de responsabilidade pessoal, cívica e ética.

Competências chave: capacidade de relacionamento e de trabalhar com os outros, o saber comunicar e a capacidade de adaptação a situações novas e imprevistas.

Outras competências: criatividade e capacidade de investigação e o domínio das áreas científicas e técnicas apropriadas às funções desempenhadas.

Competências a desenvolver por determinadas categorias profissionais:

– Técnicos da área social: conhecimentos na área da relação e comunicação com os familiares, competências sociais, conhecimentos técnicos, nomeadamente ao nível legislativo, aquisição de e-skills e a aprendizagem de línguas estrangeiras;

– Enfermagem: gestão e planeamento, polivalência, empreendedorismo, competências sociais (capacidade de comunicação, trabalho em equipa, trabalho em rede e parceria e interculturalidade) e competências técnicas quer ao nível da tecnologia e informática.

– Classe médica: competências sociais (trabalho em equipa, e capacidade de comunicação).

É também referida a falta de formação inicial e formação contínua nas áreas relacionadas com a população idosa, bem como a necessidade de formação/informação a leigos, nomeadamente aos cuidadores informais.

Informação adicional recolhida no trabalho de terreno permitiu identificar dois grupos profissionais em que se colocam outras questões relevantes para a evolução previsível dos empregos e das qualificações – os “cuidadores” e a direção das organizações

Relativamente aos “cuidadores”, que são responsáveis pela prestação de cuidados aos idosos, pessoas com doenças crónicas e demências e podem ser cuidadores formais ou informais, neste último caso, essencialmente familiares ou amigos, foi particularmente referida a importância da valorização das competências no domínio da “ética na função”. A abrangência dos serviços associados ao bem-estar físico, mental e social dos utentes implica níveis de interação e de confiança que exigem uma deontologia profissional rigorosa, que assegure o respeito pela vida pessoal e íntima dos utentes, que na generalidade dos casos apresentam importantes fragilidades dado o seu estado de dependência total ou parcial.

Esta questão está também associada à evolução deste tipo de funções para uma nova figura profissional do tipo “assistente pessoal”, que se pode considerar como uma profissão emergente. Para além da prestação dos cuidados mais tradicionais serão incorporadas funções mais sensíveis e invasivas da vida pessoal, por exemplo a gestão dos recursos financeiros pessoais e o acesso a contas bancárias.

Neste sentido, o reforço da qualificação deste grupo de trabalhadores é considerado uma prioridade, e a sua estruturação não pode ignorar as tendências de evolução na prestação de cuidados a estes utentes. Simultaneamente, é relevante rejuvenescer a mão-de-obra e promover a entrada de jovens qualificados, porque se trata de profissões de desgaste rápido, embora se admitam dificuldades devido à percepção geral de fraca valorização social do setor.

No que respeita às funções de direção os diagnósticos produzidos são unânimes quanto às necessidades de valorização das competências de gestão estratégica e operacional das organizações. Estas funções são fundamentalmente exercidas por dirigentes voluntários sem preparação específica nestas matérias, e a tendência de reforço da profissionalização da gestão é ainda limitada face ao universo das organizações.

A atuação nesta área é, assim, entendida como uma prioridade de intervenção, que de algum modo está condicionada pela tensão entre o estatuto predominante do dirigente voluntário, que dificilmente pode ser reconvertido de forma plena para responder às exigências que se colocam à sua função, e a necessidade de assegurar níveis crescentes de profissionalização da gestão.

Adicionalmente, importa considerar a especificidade da missão destas organizações e a necessidade de conjugar capacidades e conhecimentos em matéria de gestão com os objetivos e espírito de organizações com fins sociais. Nesta matéria, os programas de formação-ação são considerados iniciativas com relevo, que é importante reforçar ao nível da escala de penetração no tecido das organizações e na consideração da manutenção de uma apoio de retaguarda, após o final das intervenções, que assegure a potenciação dos resultados alcançados durante a vigência dos projetos.

Quadro n.º 35 – Síntese dos drivers de mudança no Comércio e Serviços de Pessoais/Proximidade

Subsetor do Comércio			
Drivers de Mudança			
Económicos (Condições de competitividade)	Sociais	Tecnológicos	Políticos
<p>Abrandamento/estagnação no crescimento do rendimento disponível e maior limitação no acesso ao consumo</p> <p>Maior seletividade nas estratégias de consumo e consequente escrutínio da proposta de valor</p> <p>Forte pressão para a diferenciação dos modelos de negócio/segmentação de públicos e propostas de valor</p> <p>A integração entre as vertentes de serviço e venda</p> <p>Globalização dos mercados: afirmação de redes de aprovisionamento e redes de venda globais</p> <p>O aumento do custo da energia</p> <p>Aprofundamento do contexto competitivo e da internacionalização da atividade (com relevância acrescida no comércio grossista)</p> <p>A relevância da função logística na estruturação e funcionamento do setor</p> <p>O aprofundamento da relevância do conceito e da marca no contexto do franchising</p> <p>O franchising como “veículo” para a internacionalização de alguns modelos de negócio</p>	<p>O envelhecimento da população e a valorização de atributos de comodidade e funcionalidade</p> <p>A valorização de conceitos de proximidade física e simbólica (tradição, valores,...)</p> <p>A valorização das valências de qualidade de serviço e atendimento.</p> <p>A valorização da função de aconselhamento</p> <p>A individualização dos modos de vida e consumo (personalização das escolhas)</p> <p>A crescente centralidade de valores orientados para a proteção ambiental e sustentabilidade</p> <p>A informação – comparação e notação de mercado – como suporte à escolha</p>	<p>Redução das barreiras à entrada no mercado (AC)</p> <p>A interação entre as TIC e a função de conceção e planeamento do negócio</p> <p>O recurso às TIC nas funções de backoffice</p> <p>O recurso às TIC nas funções de comunicação, informação e promoção e, deste modo, no desenvolvimento de estratégias de fidelização de clientes</p> <p>O recurso às TIC no aprovisionamento</p> <p>As vendas a distância suportadas na internet</p> <p>Os canais online e mobile no apoio e integração das funções de marketing, comunicação, venda, e serviços pós-venda</p> <p>A automatização das operações de venda e, por essa via, a introdução de modelos de negócio diferenciados</p>	<p>Simplificação administrativa associada à atividade empresarial</p> <p>Incentivo à iniciativa empresarial no setor</p> <p>Reforço do ambiente competitivo em resultado da adoção de um quadro legal que procura favorecer uma maior abertura de mercado</p> <p>Reforço dos mecanismos de garantia dos direitos do consumidor</p> <p>Intervenções de reordenamento e qualificação urbanística, nomeadamente as que procuram dinamizar os centros urbanos</p> <p>Instrumentos de apoio à internacionalização da atividade</p> <p>Criação de competências nos domínios da gestão, inovação e internacionalização</p>

IV. PROGRAMA ESTRATÉGICO DE FORMAÇÃO: PRINCIPAIS LINHAS DE APOSTA

IV.1 LEITURA SÍNTESE DOS IMPACTOS NAS COMPETÊNCIAS DOS SERVIÇOS ÀS EMPRESAS

O sector dos serviços às empresas é amplo e muito heterogéneo, ainda que a delimitação adotada neste estudo seja mais confinada do que aquela que a classificação estatística inclui.

Todavia, importa ter em conta que estamos perante serviços de natureza diferenciada, quer do ponto de vista da intensidade de conhecimento requerida, quer da intensidade tecnológica. Para uma diferenciação mais clara, recorre-se à classificação do Eurostat e sua comparação com os segmentos contemplados no estudo

Quadro n.º 36 – Classificação dos serviços por atividade económica

Classificação Eurostat Knowledge based services*	Segmentos contemplados	CAE
Knowledge intensive (business) services	Serviços de consultoria (gestão, contabilidade, RH, marketing, estudos e projetos)	702 Atividades e consultoria para os negócios e a gestão
		731 Publicidade
		74 Outras atividades de consultoria, científicas, técnicas e similares
High-tech knowledge intensive (business) services	Serviços de “outsourcing” e centros de serviços (serviços partilhados, compreendendo “alguns” serviços de base tecnológica e “novos serviços”)	63 Atividades dos serviços de informação
Less knowledge intensive (business) services		82 Atividades de serviços administrativos e de apoio prestados às empresas
	Serviços de Logística e Transportes (focado nos transportes terrestres de mercadorias)	494 Transportes rodoviários de mercadorias e atividades de mudanças

Uma primeira abordagem das implicações que as mudanças neste sector podem ter na necessidade de competências deve, no entanto, ter conta o sector como um todo, tal como foi explorado na secção anterior, ainda que diferentes graus de exigência possam vir a ser considerados. É importante não esquecer que globalmente os serviços às empresas tem vindo a ser geradores de emprego em Portugal, mesmo em período de crise, e sobretudo em empregos qualificados, assumindo, também por isso, um importante papel na integração de jovens diplomados no mercado de trabalho e na redução do desemprego jovem. É um sector que pelo seu dinamismo, em especial no domínio da tecnologia e da inovação, gera oportunidades de novos negócios, produtos e serviços não raramente acompanhados de novas competências e de novas profissões. O Quadro n.º 21 sistematiza as principais implicações dos drivers de mudança por área funcional.

Quadro n.º 37 – Drivers de mudança e principais funções nos Serviços às Empresas

	Gestão do Negócio	Desenho, Desenvolvimento e Prestação do Serviço	Informação, Marketing, Comercialização e Pós-venda
Economia e Condições de Competitividade	<p>Forte orientação internacional, definindo estratégias de reforço das exportações e de inserção em redes globais de oferta de serviços.</p> <p>Capacidades de diferenciação de serviços e de oferta soluções únicas e integradas, num contexto de elevada concorrência.</p> <p>Aproximação à indústria e outros sectores clientes através do maior conhecimento das suas necessidades específicas e de futuro no âmbito da procura de serviços especializados.</p>	<p>“Vigilância tecnológica” a nível internacional, nos domínios do conhecimento nucleares à empresa.</p> <p>Capacidade de criar novos serviços ou reinventar serviços existentes, procurando maior diferenciação e valor acrescentado.</p> <p>Capacidade de gestão do ciclo de desenho, desenvolvimento e prestação do serviço com a máxima eficiência e produtividade e a custos competitivos.</p>	<p>Compreensão da evolução do negócio e definição do posicionamento da empresa no quadro das cadeias de produção globais.</p> <p>Identificação das principais oportunidades de internacionalização e aproximação aos clientes.</p> <p>Crescente exigência na compreensão do negócio do cliente, das suas necessidades e processos específicos.</p> <p>Capacidades de diferenciação de serviços e de oferta soluções únicas e integradas, num contexto de elevada concorrência.</p> <p>Aposta nos serviços de assistência pós-venda como elemento diferenciador, nomeadamente em serviços de base tecnológica.</p>
Tecnologia e Inovação	<p>Incorporação crescente de tecnologia nos processos de gestão do negócio e de service design, development and delivery exigindo algum domínio tecnológico.</p> <p>Procura constante de ganhos de eficiência e de produtividade através da incorporação tecnológica e da melhoria dos processos de trabalho.</p> <p>Capacidades de exploração de novas soluções tecnológicas ou de serviços baseadas na disponibilidade de “Big Data”.</p> <p>Capacidades de exploração da economia digital para expansão dos mercados e da oferta de serviços disponível.</p> <p>Reforço das capacidades de inovação, sobretudo em estreita interação com o cliente, oferecendo um serviço “costumizado” e de elevado valor acrescentado.</p> <p>Aproximação à ciência (centros de investigação e universidades) procurando a exploração de oportunidades tecnológicas e parcerias no desenvolvimento de produtos/ serviços inovadores.</p>	<p>Disponibilidade e orientação para o cliente traduzindo as suas necessidades na solução de serviço a oferecer.</p> <p>Fortes capacidades de service design, incorporando necessidades específicas do clientes, conhecimento acumulado na empresa e potencialidades tecnológicas.</p> <p>Capacidade de desenvolvimento do serviço afetando e gerindo recursos e competências diversos mas complementares, nalguns casos também do cliente.</p> <p>Capacidades de exploração de novas soluções tecnológicas ou de serviços baseadas na disponibilidade de “Big Data”.</p> <p>Domínio tecnológico, nomeadamente em tecnologias digitais, mesmo em serviços não baseados em tecnologia. Proficiência tecnológica em serviços mais intensivos em conhecimento e tecnologia.</p>	<p>Exploração das oportunidades da economia digital para potenciar o alcance das estratégias de marketing do negócio.</p> <p>Exploração de novos negócios de base digital associados ao core business da empresa.</p> <p>Criação de novos serviços ao cliente aproveitando o potencial das tecnologias digitais nomeadamente no service delivery.</p> <p>Recurso às tecnologias digitais para agilizar e tornar mais eficientes os processos de informação, comercialização e serviço pós-venda aos clientes.</p> <p>Usar o volume e a variedade de dados recolhidos (Big Data) sobre o mercado para melhorar a abordagem da empresa aos clientes e a sua oferta de serviços.</p>

	Gestão do Negócio	Desenho, Desenvolvimento e Prestação do Serviço	Informação, Marketing, Comercialização e Pós-venda
Modelos de “Service Delivery”	<p>Conhecimento dos mecanismos de regulação e de normalização existentes no domínio da atividade dos serviços.</p> <p>Adoção e implementação de standards no sentido da certificação da empresa e/ou dos seus serviços e como elemento de reforço da confiança e da credibilidade da empresa no mercado.</p> <p>Procura de parceiros para a oferta de serviços complexos e reforço da posição competitiva em concursos ou com clientes mais exigentes.</p> <p>Fortes capacidades de gestão de contratos, mais longos e complexos (controlo financeiro, gestão da subcontratação, liderança e gestão da parceria, enquadramento legal do contrato, relação com o cliente, ...).</p>	<p>Reforço das capacidades de service delivery, i.e. da compreensão do serviço a ser prestado, da garantia da qualidade desse serviço, e da necessidade de criar valor para o cliente.</p> <p>Conhecimento dos standards aplicáveis e cumprimento desses standards no processo de desenho, desenvolvimento e prestação do serviço.</p> <p>Capacidade para gerir recursos diversos e trabalhar em equipas “multicompetência” e em parceria com outras empresas prestadoras do serviço.</p>	<p>Conhecimento dos standards aplicáveis e cumprimento desses standards nomeadamente na relação com os clientes, nos processos de internacionalização, na qualidade do serviço.</p> <p>Aposta na certificação da empresa, dos seus processos e serviços, como forma de valorizar a empresa e o seu negócio, e como elemento da estratégia de marketing.</p> <p>Fortes capacidades de gestão de contratos, mais longos e complexos, nomeadamente na perspetiva da relação com o cliente e da relação custo/benefício.</p>
Mercado de trabalho	<p>Capacidades de gestão da empresa e dos recursos humanos que permita atrair mão-de-obra qualificada a custos competitivos.</p> <p>Aposta na flexibilização da gestão e na mobilidade das carreiras.</p> <p>Definição e implementação de estratégias de atualização das competências dos trabalhadores, sobretudo em resposta ao avanço das tecnologias digitais.</p> <p>Necessidade de combinação de competências distintas, mas fortemente complementares, nomeadamente em gestão e orientação comercial, empreendedorismo e tecnologia.</p> <p>Domínio de línguas estrangeiras e da linguagem técnica específica ao sector.</p>	<p>Aposta na formação contínua e abertura a novas soluções de atualização de conhecimento.</p> <p>Capacidade de manter equipas motivadas e estáveis ao longo da duração dos projetos e dos contratos, garantindo elevados padrões de qualidade e relações de confiança com os clientes.</p> <p>Valorização de competências diversas tanto ao nível da execução das tarefas, como da relação com o cliente (capacidades de comunicação, comerciais, resolução de problemas, ...).</p> <p>Domínio de línguas estrangeiras e da linguagem técnica específica ao sector.</p>	<p>Elevado conhecimento do mercado e do serviço, do ponto de vista técnico e comercial.</p> <p>Forte orientação para o cliente, requerendo capacidades de comunicação, comerciais e de interação com o cliente.</p> <p>Domínio das tecnologias digitais aplicadas à informação, marketing, comercialização e pós-venda.</p> <p>Capacidade de manter equipas motivadas e estáveis ao longo da duração dos projetos e dos contratos, garantindo elevados padrões de qualidade e relações de confiança com os clientes.</p> <p>Aposta na formação contínua e abertura a novas soluções de atualização de conhecimento.</p> <p>Domínio de línguas estrangeiras e da linguagem técnica específica ao sector.</p>

O sector dos Serviços às Empresas é, contudo, amplo e muito heterogéneo, ainda que a delimitação adotada neste estudo seja mais confinada do que aquela que a classificação estatística inclui.

Importa ter em conta que estamos perante serviços de natureza diferenciada, quer do ponto de vista da intensidade de conhecimento requerida, quer da intensidade tecnológica. Para uma diferenciação mais clara, recorre-se à classificação do Eurostat e sua comparação com os segmentos contemplados no estudo. A partir desta diferenciação, sistematizam-se as competências que, em cada um dos segmentos – mais ou menos intensivos em conhecimento e tecnologia – e respetivos sectores, se afiguram como estratégicas (Quadro...). Para além de competências especificamente dirigidas a cada uma das áreas funcionais identificadas, é sugerido um conjunto de competências comuns e que são necessárias, de uma forma transversal, aos Serviços às Empresas.

Quadro n.º 38 – Serviços às Empresas: competências estratégicas

Classificação Eurostat Knowledge based services*	Segmentos contemplados	CAE	Gestão do Negócio	Desenho, Desenvolvimento e Prestação do Serviço	Informação, Marketing, Comercialização e Pós-venda
Knowledge intensive (business) services	Serviços de consultoria (gestão, contabilidade, RH, marketing, estudos e projetos)	702 Atividades e consultoria para os negócios e a gestão	Diferenciação e inovação centrada no cliente: oferta de soluções únicas e integradas. Crescente incorporação das tecnologias digitais na gestão do negócio e na expansão do mercado.	Fortes capacidades de service design, a partir das necessidades do cliente, da expertise da empresa e das potencialidades tecnológicas. Gerir recursos diversos e trabalhar em equipas “multicompetência” com clientes e/ou parceiros.	Elevado conhecimento do mercado e do serviço, do ponto de vista técnico e comercial. Identificação de oportunidades de internacionalização. Domínio das tecnologias digitais aplicadas à informação, marketing, comercialização e pós-venda.
		731 Publicidade			
		74 Outras atividades de consultoria, científicas, técnicas e similares			
High-tech knowledge intensive (business) services	Serviços de “outsourcing” e centros de serviços (serviços partilhados, compreendendo “alguns” serviços de base tecnológica e “novos serviços”)	63 Atividades dos serviços de informação	Forte orientação internacional e de inserção em redes globais de outsourcing.	Vigilância tecnológica a nível internacional em domínios nucleares do serviço a prestar. Exploração de novas soluções tecnológicas e de serviços especializados baseados na economia digital (ligação indústria, serviços de consumo e ciência).	Criação de novos serviços ao cliente aproveitando o potencial das tecnologias digitais (p.ex. Big Data). Aposta em serviços de assistência pós-venda como elemento diferenciador.
Less knowledge intensive (business) services		82 Atividades de serviços administrativos e de apoio prestados às empresas	Procura de ganhos de eficiência e produtividade através da incorporação tecnológica. Crescente inserção em redes globais de outsourcing.	Reforço das capacidades de service delivery, i.e. da compreensão do serviço a ser prestado, da garantia da qualidade desse serviço, e da necessidade de criar valor para o cliente.	Crescente exigência na compreensão do negócio do cliente, das suas necessidades e processos específicos. Criação de novos serviços ao cliente aproveitando o potencial das tecnologias digitais, nomeadamente no service delivery.
	Serviços de Logística e Transportes (focado nos transportes terrestres de mercadorias)	494 Transportes rodoviários de mercadorias e atividades de mudanças	Incorporação crescente de tecnologia nos processos de gestão do negócio e de service design, development and delivery exigindo algum domínio tecnológico (p.ex. logística, gestão de frotas, ...).	Capacidade de gestão do ciclo de desenho, desenvolvimento e prestação do serviço com a máxima eficiência e produtividade e a custos competitivos.	Exploração das oportunidades da economia digital para potenciar o alcance das estratégias de marketing do negócio. Recurso às tecnologias digitais para agilizar e tornar mais eficientes os processos de informação, comercialização e serviço pós-venda aos clientes.
Competências estratégicas comuns aos Serviços às Empresas			<p>Incorporação crescente dos standards da qualidade em serviços.</p> <p>Capacidades de gestão de contratos, com vários parceiros, para prestação de serviços tendencialmente mais complexos e exigentes.</p> <p>Combinação de competências em gestão e orientação comercial, empreendedorismo e tecnologia.</p> <p>Necessidade de atualização permanente das equipas em resposta à intensificação tecnológica dos serviços e aos requisitos de qualidade.</p> <p>Valorização das soft skills, em particular na relação com o cliente (capacidades de comunicação, comerciais, resolução de problemas, gestão de projetos, trabalho em equipas multidisciplinares, ...)</p> <p>Domínio de línguas estrangeiras (em particular o inglês) e da linguagem técnica específica ao sector.</p>		

IV.2 LEITURA SÍNTESE DOS IMPACTOS NAS COMPETÊNCIAS DO COMÉRCIO E SERVIÇOS PESSOAIS

À semelhança da abordagem seguida na análise das grandes tendências de mudança no setor, procura-se integrar a abordagem ao setor do comércio e serviços pessoais no exercício de identificação dos impactos sobre as competências.

O exercício que se segue promove uma abordagem preliminar das implicações que as mudanças neste sector podem ter na necessidade de competências.

Na organização da análise, consideram-se as áreas que de modo mais significativo são tocadas pelas tendências de mudança explicitadas. As grandes tendências de mudança sublinham:

- O impacto da conjuntura económica negativa e da conseqüente diminuição da procura interna na intensificação das exigências colocadas pelas condições de competitividade. As competências de gestão – nas vertentes estratégica e financeira –, a capacidade de inovação de conceitos e modelos e o reforço da atenção às dinâmicas dos mercados constituem domínios destacados de transformação das competências a este nível.
- A significativa alteração que as dinâmicas sociais têm trazido ao setor, quer por via da reformatação dos modelos de negócio quer da emergência de novas áreas. A este nível, releva a incorporação de mais valor(es) na oferta, incluindo a capacidade de reforçar contextos de proximidade, personalização e qualidade do atendimento, especialização técnica e incorporação da opinião dos clientes no desenvolvimento do negócio.
- O impulso tecnológico, que apela à mobilização de competências para a atuação em rede através dos diversos canais de comunicação suportados nas TIC. Com efeito, é claro o forte impacto do desenvolvimento e difusão da tecnologia (telefones móveis, Internet e redes sociais) nos canais de comunicação e promoção e na organização do negócio. Assim, as necessidades de competências estão presentes tanto na frente de planeamento e gestão como na frente de operação destes recursos.
- Por fim, o impulso político situa contributos que reforçam a exigência do ambiente competitivo e disponibilizam instrumentos orientados para o estímulo à atividade económica e para a coordenação da atuação ao nível do território. Neste plano, a mobilização de competências está para além do âmbito circunscrito às profissões do setor e incluem profissionais das áreas do planeamento urbano, por exemplo.

Quadro n.º 39 – Drivers de mudança e principais funções no Comércio e Serviços de Pessoais/Proximidade

	Gestão, Informação, Marketing, Comercialização e Pós-venda	Prestação do Serviço
Economia e Condições de Competitividade	<p>Compreensão da evolução do negócio, análise de mercado e avaliação de oportunidades e riscos.</p> <p>Segmentação da oferta e desenvolvimento de conceitos num ambiente concorrencial mais intenso.</p> <p>Aprofundamento das exigências em termos de gestão estratégica e dos fatores de diferenciação. Conhecimento dos padrões de consumo.</p> <p>Aprofundamento das exigências em termos de gestão financeira e controlo de gestão.</p> <p>Controle de custos e otimização dos recursos disponíveis.</p> <p>Desenvolvimento de estratégias de comercialização agressivas.</p> <p>Gestão de cadeias de aprovisionamento. Gestão de compras e stocks.</p> <p>Estratégias de marketing online (exploração das oportunidades da economia digital para potenciar o alcance das estratégias de marketing do negócio).</p> <p>Desenvolvimento de modelos de negócio vocacionados para o online.</p> <p>Relevância da orientação internacional, através das exportações e da presença em novos mercados. Domínio de línguas estrangeiras e da linguagem técnica específica.</p> <p>Assegurar a organização e acompanhamento da regulamentação no setor e do impulso político/legal.</p> <p>Procura de ganhos de eficiência e de produtividade através da incorporação tecnológica e da melhoria dos processos de trabalho.</p>	<p>Conceção e planeamento de serviços pós-venda como elemento diferenciador, nomeadamente no comércio e serviços de base tecnológica.</p> <p>Relevância da capacidade de comunicação das qualidades diferenciadoras do negócio. Domínio de línguas estrangeiras e da linguagem técnica específica.</p> <p>Adequação do atendimento aos conceitos e modelos de negócio.</p> <p>Adequação do funcionamento logístico ao tipo de serviço a prestar.</p> <p>Adoção e gestão de standards de qualidade.</p> <p>Implementação e monitorização de sistemas de recolha de opinião dos clientes.</p>

Gestão, Informação, Marketing, Comercialização e Pós-venda		Prestação do Serviço
Sociais e Políticos	<p>Organização e funcionamento de modelos de proximidade.</p> <p>Definição de standards e gestão da qualidade de serviço.</p> <p>Incorporação de valores e práticas ambientais na organização e funcionamento dos negócios.</p> <p>Desenvolvimento e gestão de uma cultura de profissionalismo e responsabilidade.</p> <p>Planeamento e dinamização do espaço urbano. Gestão do território.</p> <p>Mecanismos de avaliação e gestão da satisfação do cliente.</p>	<p>Disponibilidade e orientação para o cliente traduzindo as suas necessidades na solução de serviço a oferecer.</p> <p>Prestação de serviços de assistência pós-venda.</p> <p>Recurso às tecnologias digitais para agilizar e tornar mais eficientes os processos de informação, comercialização e serviço pós-venda aos clientes.</p> <p>A qualificação da prestação no atendimento ao cliente. Capacidade de manter equipas motivadas e estáveis, garantindo elevados padrões de qualidade e relações de confiança com os clientes.</p> <p>Forte orientação para o cliente, requerendo capacidades de comunicação, comerciais e de interação com o cliente. A vertente comportamental.</p> <p>Investir na introdução e manutenção de padrões de qualidade dos serviços.</p> <p>Domínio de línguas estrangeiras (de forma seletiva em função do mercado) e da linguagem técnica específica ao segmento de produtos/serviços.</p> <p>Criar novas ideias ou reinventar serviços existentes, procurando maior diferenciação e valor acrescentado.</p> <p>Cultura de profissionalismo e responsabilidade.</p>
Tecnologia e Inovação	<p>Integração e acompanhamento das inovações tecnológicas como plataformas obrigatórias de apoio à organização e gestão do negócio e na sua utilidade na simplificação dos processos e no controlo da atividade.</p> <p>Desenvolvimento Web. Gestão de canais online para informação, divulgação e venda.</p> <p>Otimização da presença em canais online e gestão de vendas online. Promoção do uso de ferramentas de otimização da presença online.</p> <p>Capacidades de exploração da economia digital para expansão dos mercados e da oferta de serviços disponível.</p>	<p>Desenvolvimento de conteúdos online.</p> <p>Desenvolvimento de soluções online eficazes e de uso amigável.</p> <p>Criação de novos serviços ao cliente aproveitando o potencial das tecnologias digitais.</p> <p>Utilização das TIC e redes sociais ao nível da operação.</p>

IV.3 ALGUNS ELEMENTOS CONCLUSIVOS SOBRE AS NECESSIDADES EMERGENTES DE FORMAÇÃO

O percurso de diagnóstico cumprido sublinha um conjunto relevante de evidências que agora recuperamos, em jeito conclusivo, com vista a apoiar a contextualização e definição das linhas de aposta em matéria de formação profissional para o setor.

Importará reter em primeiro lugar que, quer os dados da análise retrospectiva do mercado de trabalho quer os dados das projeções quantitativas de evolução do emprego projetam o setor dos serviços como grande empregador numa tendência que se acentuará. Recuperando alguns traços fundamentais da dinâmica recente, verificamos que a crise económica iniciada em 2008 atingiu os diferentes subsectores mas com impactos diferenciados em função da dinâmica de cada um. Assim, enquanto no subsector do comércio se interrompeu um período de relativa estabilidade no número empresas e do emprego, projetando um contexto de elevada recessão a partir de 2008 no subsector dos serviços às empresas a crise teve por efeito fazer estagnar (a partir de 2008) um fortíssimo crescimento do número de empresas e do emprego verificado desde 2004.

Em linha com esta dinâmica, mas de forma menos pronunciada, também o saldo nos serviços pessoais no período foi positivo com exceção do verificado no setor da hotelaria e restauração que, no entanto, do ponto de vista dos motivos explicativos terá mais afinidade com a dinâmica verificada no subsector do comércio. Nesta perspetiva, a conjuntura económica recessiva produziu impactos de magnitude diferente sobre o setor: teve um impacto violento, por via da redução do consumo privado, nos segmentos do comércio, hotelaria e restauração e interrompeu trajetórias de crescimento da atividade económica na economia de serviços, sobretudo nos que se dirigem às empresas, no que poderia ser entendido como uma reestruturação do setor.

Ora, os traços que vêm de trás podem ajudar a projetar a dinâmica futura. Esta tenderá a favorecer, como se percebe pela análise realizada às tendências de evolução: i) uma recuperação do emprego nos serviços ao consumo, mas em contextos de competitividade mais exigentes e sem expectativas de retomar no curto prazo os níveis de emprego perdidos; ii) a retoma das dinâmicas de crescimento da atividade económica e do emprego nos serviços às empresas e em alguns segmentos dos serviços pessoais.

Esta dinâmica gerará relevantes oportunidades de emprego que, contudo, se distinguem entre uma ótica de criação de oportunidades pela substituição de mão-de-obra, mais presente nos segmentos do comércio e transportes, e uma ótica de criação de oportunidades pela expansão do emprego (criação de novos postos de trabalho), mais presente nos segmentos dos serviços às empresas e pessoais. Assim, globalmente, a qualificação de recursos humanos para o setor é uma prioridade que deve ser atendida pelas políticas de formação. Aliás, o inquérito realizado às empresas mostra que a formação dos recursos humanos constitui uma preocupação relevada em particular pelas empresas da área dos serviços pessoais, precisamente aquelas que apresentam uma estrutura de emprego mais desqualificada (nomeadamente no que é classificado como apoio social).

A par da dinâmica que sublinhará a relevância do setor no emprego, o diagnóstico sublinha, também, um efeito global de promoção do emprego mais qualificado no setor. Dito de outro modo, importa reter que as evidências recolhidas apontam para que se verifique uma progressiva elevação dos níveis de qualificação das pessoas a trabalhar

no setor que atualmente se caracteriza por um peso muito grande das baixas qualificações. Neste plano, contudo, explicitam-se dinâmicas algo diferenciadas segundo os segmentos de atividade que se incluem no setor. Assim, se nos segmentos dos serviços às empresas e dos serviços não mercantis (saúde, educação, ...) a dinâmica de qualificação do emprego é vincada por projeções que apontam para uma clara hegemonia das médias e altas qualificações, nos segmentos do comércio, hotelaria e restauração, transportes e logística o peso das baixas qualificações mantém-se significativo.

Esta dualização dos ritmos de re(qualificação) do emprego associa-se, também, aos riscos de polarização do emprego no setor que a análise bibliográfica feita colocou em plano de evidência. Assim, verificamos que a dualização entre serviços às empresas e serviços ao consumo pode ser acompanhada de alguma dualização do emprego no que se refere ao perfil de qualificação. Naturalmente, a consolidação de uma dinâmica do emprego que não contrarie este risco de polarização entre emprego qualificado em determinados segmentos e emprego pouco qualificado noutros constitui uma ameaça à possibilidade de afirmar lógicas de reforço de competitividade e mudança em segmentos de atividade importantes do setor do comércio e serviços. Ao mesmo tempo, esta dualização do emprego constitui uma forma de erosão sobre as condições de empregabilidade futura daqueles que se inserem no mercado de trabalho do setor, “beneficiando” de oportunidades de emprego dirigidas aos pouco qualificados.

Nesta ótica, consideramos que combater a lógica de uma excessiva polarização do emprego no setor situa um importante e fundamental desafio para o programa estratégico de formação para o setor. Ao fazê-lo está complementarmente a criar condições para afirmar renovadas condições de competitividade e criação de emprego em setores menos dinâmicos do ponto de vista da inovação mas muito relevantes do ponto de vista do volume de emprego e da resposta a necessidades sociais.

Como fica explícito da análise à estrutura do emprego, a qualificação do emprego no setor dos serviços às empresas cumprir-se-á de forma mais “espontânea” por via da contratação de trabalhadores licenciados ou pelo menos com o ensino secundário no subsetor dos serviços às empresas – já resepresentam cerca de 50% do emprego total deste subsetor – enquanto que nos outros subsectores a prevalência das baixas qualificações será maior. Será portanto neste plano que a intervenção de um Programa Estratégico de Formação apoiado pela CCP terá uma pertinência acrescida. Naturalmente que isto não exclui a relevância de o Programa pugnar e promover uma adequada orientação do investimento em capital humano nos níveis superiores de ensino.

De referir, ainda, que o emprego no setor se encontra marcado por níveis de rotação e precariedade do emprego elevados. Estes níveis de rotação do emprego, por sua vez, constituem um constrangimento severo para a elevação dos níveis de produtividade do trabalho e uma evidente penalização da qualidade do emprego no setor e, consequentemente, da sua atratividade. O investimento na formação de capital humano no setor representará um contributo relevante para contrariar esta dinâmica, sendo que, contudo, deve ser acompanhado de outro tipo de incentivos para que possa frutificar de forma mais evidente. Os planos da regulação e da fiscalidade sobre o trabalho serão planos onde importará colocar em equação este aspeto.

As dinâmicas acima referenciadas têm uma explicitação clara nos resultados apurados através dos processos de inquirição a empresas que se mobilizaram para o trabalho. Evocamos num primeiro momento os resultados apurados no inquérito que procurou aferir as intenções de recrutamento das empresas ao nível das qualificações intermédias. A relevância das qualificações ligadas ao comércio e vendas – pressupomos que aqui mais significativamente no que respeita à área de vendas em empresas produtoras de bens e serviços – ao emprego na hotelaria e restauração, ao emprego administrativo e à logística. A expressão que assumem as perspectivas de contratação nestas áreas coloca em evidência, por um lado, a importância empregadora do setor e,

por outro lado, a relevância de apostar no desenvolvimento de estratégias de formação que permitam qualificar os segmentos do emprego que ainda são marcados pela predominância das baixas qualificações. A relevância que os subsetores dos serviços assumem na distribuição do conjunto das intenções de recrutamento neste nível intermédio de qualificações reflete a importância de se destinar respostas formativas e uma significativa oportunidade para as políticas de formação tendo em vista combater o efeito de excessiva polarização do emprego.

Analisada por comparação com o perfil de emprego e da oferta de formação, o perfil das intenções de contratação sublinha a importância dos volumes de emprego para determinar a criação futura de emprego mas situa, também, um dinamismo de recrutamento potencial acima da representatividade do emprego nos setores da hotelaria e restauração, dos serviços pessoais e à comunidade, da logística e das tecnologias de comunicação e informação. Complementarmente, quando analisado o perfil da procura de emprego com o da oferta de formação inicial, verificamos haver desvios que penalizam a avaliação da proporcionalidade da oferta, que parece excedentária, face à procura em domínios mais ligados com as atividades de consultoria, marketing, serviços culturais e patrimoniais. Ao contrário, os dados sugerem que a proporcionalidade da oferta é deficitária nos domínios da hotelaria e restauração, do comércio e vendas, da logística e do secretariado e apoio administrativo. Este será contudo, o indicador a “ler” com cuidado. Implícita a esta dinâmica estará o efeito de dualização dos níveis de qualificação requeridos entre os subsetores do comércio, hotelaria e restauração, logística e transportes e dos serviços administrativos, por um lado, e das TIC e dos serviços de consultoria, marketing e outros serviços às empresas, por outro.

Com efeito, ora, nos serviços mais qualificados o peso do ensino superior no emprego é crescente e, por essa razão, surgirá algo negligenciado nos dados apurados neste inquérito. Ao contrário, os segmentos dos não transacionáveis, do turismo e dos transportes surgem como segmentos de forte potencial de recrutamento para qualificações iniciais de nível intermédio e, por extensão dedutiva, para o desenvolvimento de estratégias de re(qualificação) de ativos. Contudo, aqui residirá, simultaneamente, um relevante risco e desafio para o setor uma vez que, na ausência de uma estratégia de formação adequada, a tendência será para o preenchimento desse leque de empregos por trabalhadores com baixas qualificações o que penalizará obviamente a resposta ao conjunto de desafios que ao longo de estudo se situam.

Embora não seja objetivo do trabalho situar metas quantitativa do ponto de vista da formação inicial, os dados disponibilizados (Cf. Capítulo II) permitem concluir que o perfil da oferta de formação inicial justifica algum ajustamento. Com efeito, as áreas do comércio, da hotelaria e restauração, da logística e dos serviços pessoais têm margem para ter uma representatividade acrescida na oferta.

Ainda que numa leitura relativamente agregada, a análise da oferta de formação contínua coloca em evidência também uma menor representatividade da área dos serviços pessoais e, sobretudo, uma reduzida diversidade de áreas de formação face ao largo espectro de atividades e emprego do setor.

O crescente protagonismo do setor dos serviços às empresas mas, também, de alguns serviços ao consumo (vide o turismo) é resultado e retroage com a vincada tendência de afirmação da dimensão transacionável dos serviços. Esta, por sua vez, articula-se com a crescente tendência de inserção dos serviços em cadeias de valor globais. Com efeito, é crescente a presença dos serviços na “economia transacionável” seja por via de uma vocação mais declarada de resposta a procura externa seja pela incorporação em cadeias de produção de bens e serviços que não conhecem fronteiras. Em bom rigor, mais do que em cadeias de produção, que pressupõem a ideia de relação encaixada, estamos em presença de redes de produção globais que incorporam de forma crescente serviços. Ora, agir em contextos competitivos mais alargados e participar

em redes de cooperação orientadas pela criação de valor coloca novas exigências do ponto de vista das competências requeridas e, conseqüentemente, das necessidades de qualificações associadas.

Esta dinâmica marcada pelos efeitos da globalização não hipoteca porém a emergência de profundas tendências de transformação no segmento de serviços não transacionáveis. Sob o chapéu do que poderemos apelidar de maior ligação ao território, evidenciam-se tendências de mudança que situam a proximidade, a customização, a inovação, a segmentação de par com sofisticação e a resposta a novas demandas sociais – em grande medida ligadas ao envelhecimento – como tendências de transformação amplamente vinculadas.

É também no plano dos serviços transacionáveis que encontramos uma maior submissão das dinâmicas de evolução aos efeitos das políticas de austeridade sobre a conjuntura económica. O imperativo do baixo custo é uma variável hegemónica desta equação que, contudo, não permite descartar a variável qualidade. Combinar as duas requer, naturalmente, uma requalificada mobilização de competências ao serviço do setor.

De referir que, globalmente, os desafios situados pelas empresas inquiridas dão maior relevo aos aspetos relativos à redução de custos (ganhos de produtividade), à inovação, à qualidade da venda e aos serviços pós-venda. São precisamente as empresas do setor do comércio (tendencialmente as que se incluem no setor dos não transacionáveis) que valorizam menos a relevância da variável inovação. O contexto de mercado ajudará a explicar esta situação mas as outras variáveis do diagnóstico mostram que esta pode ser uma “ratoeira” perigosa para a competitividade e sobrevivência destas empresas.

As dinâmicas de mudança induzidas pela maior integração em cadeias globais de produção, pelo reforço da vocação transacionável dos serviços e pela “offshorização” de serviços está amplamente vinculada pela mobilização das tecnologias de comunicação e informação. A centralidade tecnológica percorre todo o setor, naturalmente com diferenças nas formas e intensidade de uso, e constitui um relevante fator de transformação no plano das competências. Neste âmbito, sublinha-se a centralidade do online como variável de inovação que atravessa o setor e induz a transformação quer na configuração dos serviços quer nos modos de organização das empresas.

Um tanto paradoxalmente, esta variável não surge, como seria de esperar em função do observado nas outras vertentes do diagnóstico, muito enfatizado no inquérito realizado às empresas. Com efeito, a mobilização das TIC e do online no contexto do processo de comercialização, nomeadamente, não assume um destaque proporcional ao que outros planos do diagnóstico fariam supor e, também, do que seria de supor quando uma esmagadora maioria das empresas ainda declara não fazer uso destes recursos ao nível das estratégias de comercialização e venda. Também a comunicação em língua estrangeira é desvalorizada no inquérito. A combinação das diferentes fontes de informação analisadas leva-nos a considerar que esta desvalorização é ela mesmo fruto de um insuficiente conhecimento e preparação das empresas relativamente aos desafios que se colocam neste domínio e, nessa medida, sublinha a importância, sobretudo ao nível da gestão, de trabalhar estes temas.

Na linha do já refletido em trabalhos anteriores, a área da gestão constitui um domínio privilegiado do ponto de vista dos investimentos formativos a realizar. Neste âmbito, mantem-se a pertinência de qualificar a função gestão ao nível das PME, sendo evidente que este se mantém como um dos principais estrangimentos ao reforço da competitividade e modernização do setor. Neste plano, cumpre destacar a importância que esta vertente de aposta assume no contexto dos serviços às pessoas. Com efeito, este setor caracteriza-se pelo facto de uma significativa parte dos prestadores

de serviços serem instituições sem fins lucrativos que enfrentam necessidades ao nível da qualificação da função gestão. Com efeito, nestas instituições assumem ainda expressão as lógicas organizativas e de funcionamento insuficientemente profissionalizadas, por um lado, e a necessidade de prever as especificidades que a missão e o quadro legal que rege o funcionamento destas entidades coloca ao nível da gestão, por outro. Deste modo, à ênfase no desenvolvimento de programas de formação para a gestão que acolham esta especificidade ganha acrescido relevo.

Complementarmente, a dimensão de resposta no domínio da gestão atribuí acrescida relevância à vertente da internacionalização da atividade económica e à gestão no contexto das organizações prestadoras de serviços sociais. A obtenção de ganhos de eficácia na resposta ao desenvolvimento destas competências constitui um domínio fundamental de aposta do programa estratégico de formação.

No plano da gestão, o inquérito realizado às empresas apresenta resultados que assumem um significado interessante. Os domínios de desenvolvimento de competências que são mais claramente valorizados remetem para o domínio do serviço ao cliente, seja na melhoria da qualidade de serviço, do atendimento ou, mesmo, da gestão de reclamações. De algum modo, são as dimensões mais “imateriais” do negócio que surgem destacadas pelas empresas, refletindo a valorização que fazem destes aspetos enquanto recursos de competitividade.

Uma agenda de competências

O conjunto de elementos conclusivos acima sumariados enquadra a identificação de um conjunto de prioridades no desenvolvimento de competências tendo em as tendências de evolução e os objetivos de desenvolvimento do setor do comércio e serviços. Estas prioridades traduzem, de algum modo, uma visão de síntese do diagnóstico produzido, nomeadamente no que respeita à identificação dos principais domínios de aposta em termos de desenvolvimento de competências e de prioridades formativas associadas. Assim, a agenda de competências começa por situar os desafios a considerar, ou seja, desenvolver competências para responder a que desafios. Nesta perspetiva, considera-se que uma estratégia formativa para o setor deve possibilitar o desenvolvimento de competências visando capacitar para:

- Aprofundar a capacidade de resposta no domínio da gestão das PME do setor, nomeadamente nos domínios da estratégia, dos mercados, dos recursos humanos, da inovação de serviços e dos modelos de negócio e do controlo de gestão;
- Desenvolver competências de gestão que contribuam para a afirmação de um setor social de serviços mais dinâmico e qualificado;
- Atuar em rede em contextos cada vez mais globalizados;
- Competir em contextos cada vez mais competitivos à escala global;
- Potenciar as dinâmicas de deslocalização da atividade a nível global e, em particular, as oportunidades associadas ao outsourcing e offshoring de alguns domínios de prestação de serviços;
- Qualificar e acrescentar valor ao conteúdo da prestação de serviços, permitindo contrariar o efeito de erosão do preço;
- Desenvolver, organizar e operar modelos de negócio com forte incorporação do online (economia digital);

- Suportar a “terciarização da indústria”, acompanhando o reforço do peso dos serviços nas cadeias de valor da indústria;
- Internacionalizar a economia de serviços;
- Reforçar a relevância dos serviços tecnologicamente suportados por relação aos intensivos em trabalho;
- Promover a oferta de soluções únicas e integradas em contexto de elevada concorrência;
- Promover valores ambientais e de sustentabilidade económica da atividade;
- Assegurar resposta à crescente relevância das TIC/intensidade tecnológica dos serviços às empresas;
- Promover valores de proximidade (física, qualidade, serviço) e personalização na prestação de serviços, nomeadamente no que se refere aos serviços ao consumo;

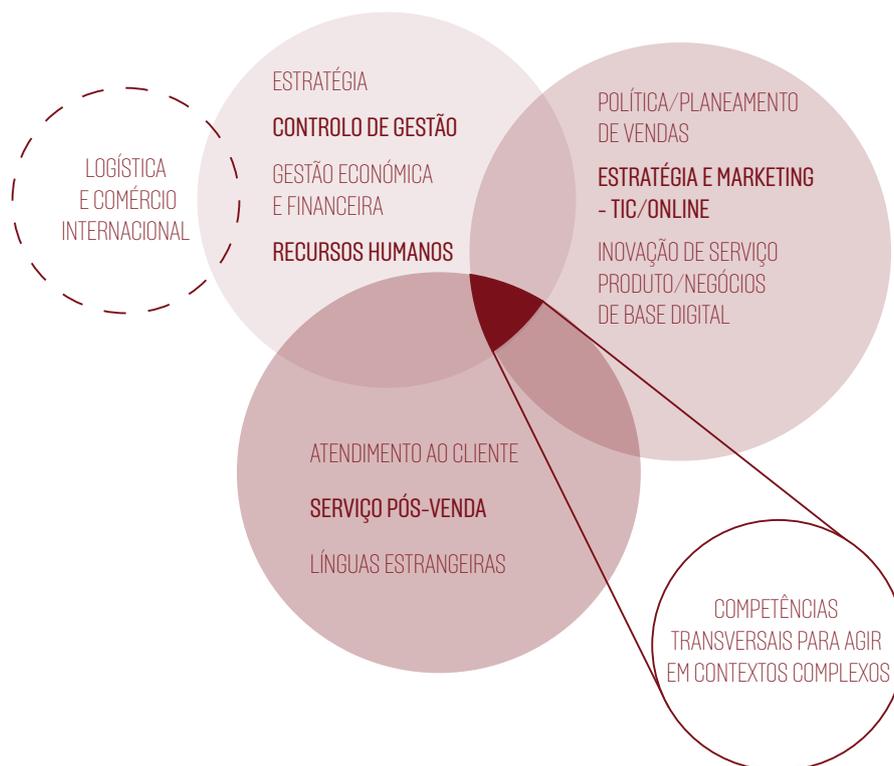
A resposta ao conjunto destes domínios pressupõe o desenvolvimento de um leque diversificado de competências que se distribuem por diferentes áreas de formação, que mobilizam várias estratégias e instrumentos de formação e que abrangem um leque diversificado de destinatários. É o percurso da estratégia de ação desenhada para lhes dar resposta que procuraremos cumprir na etapa seguinte do trabalho.

Áreas estratégicas de aposta

A identificação das áreas estratégicas de aposta toma como ponto de partida as principais áreas de atividade consideradas pelo estudo e o conjunto de desafios que acima se enunciaram. Complementarmente, considera-se também como referencial para determinar as áreas de formação e as competências a trabalhar, o mapeamento de qualificações de nível intermédio que mais diretamente se associa às principais áreas de atividade consideradas.

A partir do elenco de desafios referenciados, e num primeiro passo, é possível situar um conjunto relativamente circunscrito de domínios de aposta a privilegiar pelas estratégias de formação. Seguindo a classificação de domínios de atividade adotada para aferir os impactos das principais tendências de mudança nas competências, ou seja, gestão e administração, vendas e marketing e atendimento e prestação de serviços, situam-se como principais domínios de aposta os referidos na figura seguinte.

Figura n.º 67 – Principais domínios de aposta no domínio do desenvolvimento de competências



A identificação mais fina das competências implícitas a estes domínios de aposta e que deverão ser contemplados no âmbito das estratégias formativas a desenvolver é feita nos passos subsequentes. Primeiro, procuramos situar o conjunto de qualificações que mais diretamente é interpelado pelas apostas explicitadas, considerando o âmbito de intervenção da formação profissional e o próprio espaço privilegiado de atuação da CCP. Deste modo, é possível situar o universo de qualificações e, consequentemente, de referenciais de competências e formação que necessitarão de ser reavaliados no sentido de melhor ajustar a oferta de formação inicial às necessidades do setor. No âmbito deste estudo procedemos já à revisão/desenvolvimento de sete desses referenciais de formação, sendo que a seleção feita procurou contemplar aqueles que, simultaneamente, se referiam a domínios de exercício-chave para o setor no seu conjunto e que tinham uma relação vincada com as principais dinâmicas de mudança recenseadas.

IV.4 DO MAPEAMENTO DE QUALIFICAÇÕES AO MAPEAMENTO DE COMPETÊNCIAS

O mapeamento de qualificações constitui, nesta medida, uma forma de referenciar o emprego abrangido pelas áreas de atividade analisadas e uma ponte de ligação para a estruturação dos domínios de formação. Nesta perspetiva, começamos por situar as qualificações associadas a cada uma das áreas de atividade, sinalizando, desde já, que por opção metodológica consensualizada no momento da definição do âmbito do estudo ficou estabelecido que:

- As implicações do diagnóstico na definição da estratégia formativa no que respeita aos subsectores da hotelaria, restauração e turismo não são objeto de desenvolvimento por terem sido trabalhadas de forma aprofundada no âmbito de um estudo recentemente realizado;
- As implicações do diagnóstico na definição da estratégia formativa no que respeita ao setor das tecnologias de informação e comunicação não será objeto de aprofundamento por se considerar que justifica um exercício de análise e proposta específico e cujo desenvolvimento foi protocolado entre a Agência Nacional para a Qualificação e Ensino Profissional e a CCP;
- Por terem sido trabalhadas num estudo específico, cuja divulgação se prevê concomitante à do presente trabalho, não se abrangeu no exercício de análise e prospetiva o setor da Saúde e Bem-estar.

Assim, num primeiro momento, o exercício inicia-se com a apresentação de uma proposta de mapeamento das qualificações por cada área de atividade considerada no estudo. Essa proposta sustenta a identificação das qualificações cujos referenciais de competência e formação são desenvolvidos no âmbito do trabalho e fornece uma contextualização para a dedução das propostas formativas.

Quadro n.º 40 – Mapeamento de Qualificações para o Comércio e Serviços

Subsetor	Domínio	Mapeamento das Qualificações	Nível	Certificações Associadas (Parciais e de Especialização)
Serviços ao consumo	Comércio	Técnico/a de Comércio	4	Certificação Parcial de Empregado/a Comercial (podendo corresponder ao nível 2) Certificação Parcial em Empreender Certificação Parcial em Atendimento ao Cliente Certificação de Especialização em Comunicação e Assistência ao Cliente
		Técnico/a de Comunicação e Assistência ao Cliente (tendo por base na proposta de Técnico/a de Contact Center disponibilizadas pela ANQEP)	4	
		Técnico de Comunicação em Comércio (Rever Conteúdo e Designação do Técnico/a de Vitrinismo)	4	
		Técnico/a Especialista em Comércio Internacional	5	Certificação Parcial em Prospecção Comercial Certificação Parcial em Gestão de Serviços de Apoio à Importação e Exportação
Serviços às Pessoas	Apoio à comunidade e à família	Técnico/a de Apoio Familiar e de Apoio à Comunidade	4	Certificação Parcial de Agente em Geriatria (podendo corresponder ao nível 2)
		Animador Sociocultural	4	
		Técnico/a de Apoio à Infância	4	
		Técnico/a de Ação Educativa	4	
		Técnico/a Auxiliar de Saúde	4	
		Técnico/a de Serviços Funerários	4	
		Técnico/a Especialista em Exercício Físico	5	
	Cuidados de beleza	Bombeiro/a	2	(Desejavelmente esta qualificação deveria passar para o nível 4 conforme se propõe para as restantes. Contudo, a legislação que regula a profissão prevê a possibilidade de esta ser acedida por pessoas com nível de escolaridade inferior ao 9º ano. Nesta perspetiva, deve promover-se uma reflexão adicional sobre a estratégia a adotar neste caso.)
		Cabeleireiro/a Unissexo	4	Certificação Parcial em Assistente de Cabeleireiro/a (podendo corresponder ao nível 2)
		Manicura-Pedicura	4	
		Esteticista-Cosmetologista	4	

Subsetor	Domínio	Mapeamento das Qualificações	Nível	Certificações Associadas (Parciais e de Especialização)
Serviços a Empresas	Marketing	Técnico/a de Vendas e Marketing	4	Certificação Parcial em Marketing e Comércio On-line
	Contabilidade e Finanças	Técnico/a de Contabilidade	4	
		Técnico/a Especialista em Contabilidade e Fiscalidade	5	
	Serviços Jurídicos	Técnico/a de Serviços Jurídicos	4	
	Logística	Técnico/a de Logística	4	Certificação Parcial em Operador/a de Logística (podendo corresponder ao nível 2) Certificação Parcial em Gestão de Armazéns
		Técnico/a de Transportes	4	
	Secretariado e Apoio Administrativo	Técnico/a Administrativo	4	
		Técnico/a de Secretariado	4	
		Técnico/a Comercial Bancário/a	4	
	Gestão	Técnico/a de Apoio à Gestão	4	Certificação de Especialização em Técnico/a de Apoio à Gestão Desportiva
Outros Serviços	Arte, Cultura, Património e Media	Técnico/a de Museografia e Gestão do Património	4	
		Técnico/a de Fotografia	4	
		Técnico/a de Informação, Documentação e Comunicação	4	
		Técnico/a de Multimédia (compreende Audiovisuais e Técnico/a de Animação 2D e 3 D)	4	A opção final a tomar do ponto de vista da organização destas qualificação justifica um investimento analítico e de discussão adicional que permita situar com maior clareza as margens de integração existentes.
		Técnico/a de Som	4	
		Técnico/a de Vídeo	4	

Não coube no âmbito do estudo desenvolver o conjunto de qualificações incluídas no mapeamento apresentado mas apenas algumas delas. O desenvolvimento dos referenciais de competências e qualificações destas qualificações é da maior importância para permitir uma maior integração entre o diagnóstico produzido e o desenho da estratégia de ação do ponto de vista da formação profissional propriamente dita. Com efeito, a elaboração destes referenciais de competências permitiu descrever de forma fina as competências visadas pelas dinâmicas de mudança em curso e os impactos percebidos ao nível do emprego, disponibilizando condições para uma mais fácil operacionalização das estratégias de resposta formativa. A escolha dos referenciais permitiu contemplar os domínios mais relevados pelo diagnóstico e, deste modo, atribuir um elevado grau de minúcia à identificação das necessidades de formação. Também do ponto de vista da resposta a estratégia seguida procura contribuir para a eficácia do lado da operacionalização. Com efeito, os referenciais de competência elaborados têm correspondência em referenciais de formação que estão organizados em unidades de formação de pequena duração e, deste modo, facilitam o exercício de organização das respostas formativos ao nível da formação contínua.

Apresentamos na caixa seguinte os referenciais trabalhados, o contexto da decisão e as principais opções assumidas no desenvolvimento dos mesmos.

O desenvolvimento de referenciais de competências e qualificações

No âmbito do estudo elaboraram-se os referenciais de competências e formação para sete qualificações do conjunto identificado no mapeamento adiante detalhado. Com o desenvolvimento destes referenciais procura-se dar início ao processo de revisão e atualização dos referenciais de qualificação do Catálogo Nacional de Qualificações tendo por princípio orientador a adoção da metodologia baseada em resultados de aprendizagem e por base o diagnóstico feito. Ao mesmo tempo, este investimento permite garantir-se uma repercussão imediata do exercício de diagnóstico e planeamento sobre os instrumentos de organização da formação com base em fundos públicos e, desse modo, facilitar a apropriação dos resultados do estudo no plano da organização da formação profissional. O número de qualificações trabalhadas corresponde às condições organizativas e orçamentais associadas ao trabalho adjudicado pela CCP à Quaternaire Portugal. Os referenciais elaborados são apresentados num volume autónomo do Relatório Final do estudo “Programa Estratégico de Formação para o Comércio e Serviços (2014-2020)”.

A seleção das qualificações que foram trabalhadas neste exercício teve por base um conjunto de critérios que importa explicitar. Assim procurou-se:

- Garantir a representatividade de alguns dos domínios de atividade que assumem maior centralidade no contexto da atuação da CCP, nomeadamente as atividades comerciais e administrativas;
- Garantir a representação dos subsetores do comércio e dos serviços às empresas, permitindo à CCP desenvolver uma capacidade de intervenção acrescida neste subsetor;
- Acolher propostas de novas qualificações apresentadas em termos genéricos à Agência Nacional para a Qualificação e Ensino Profissional;
- Contemplar qualificações que intercetam áreas relevadas pelo diagnóstico do ponto de vista do impacto das tendências de mudança sobre as necessidades de competências e formação e que, desse modo, potenciam a capacidade de articular o diagnóstico com o desenho de instrumentos mais específicos de planeamento e organização da formação;
- Contemplar qualificações de níveis 4 e 5 do Quadro Nacional de Qualificações.

As sete qualificações trabalhadas foram as seguintes:

- Técnico/a de Vendas e Marketing
- Técnico/a de Comércio
- Técnico/a de Secretariado
- Técnico/a de Logística
- Técnico/a de Comunicação e Assistência ao Cliente
- Técnico/a de Apoio à Gestão
- Técnico/a Especialista em Comércio Internacional

O percurso de elaboração dos referenciais apresentados no estudo contou com uma significativa participação de entidades empregadoras e formadoras através de reuniões

de trabalho conjuntas e de reuniões individuais onde se procuraram identificar os aspetos mais específicos de cada qualificação. Complementarmente, procedeu-se a consulta de peritos setoriais em alguns dos domínios de atividade visados e consultou-se um amplo leque de fontes documentais, nomeadamente relativos a abordagens existentes noutros países. Sem prejuízo desta quadro aprofundado de recolha de informação para apoio ao trabalho, nesta fase, os referenciais de competências e formação que se apresentam constituem propostas de trabalho que se considera poderem ser levadas a discussão e validação no âmbito dos Conselhos Setoriais para a Qualificação antes de serem assumidas como versões finais a serem integradas no Catálogo Nacional de Qualificações.

Para além da vertente metodológica que contempla a organização dos referenciais tendo por base a metodologia de abordagem por competências (Guia Metodológico sobre Resultados de Aprendizagem) importa situar alguns dos aspetos que procuram trazer maior atualidade e inovação às qualificações trabalhadas.

A qualificação de **Técnico/a de Vendas e Marketing** assume como princípio organizativo a junção da componente de vendas atualmente presente no Técnico/a Vendas e a sua associação aos domínios de competência incluídas no Técnico/a de Marketing. Deste modo, procura promover-se uma maior integração funcional entre as componentes de promoção e venda, alargando o âmbito e espaço de inserção profissional do Técnico/a de Marketing que, conforme informação recolhida enfrenta uma quebra de procura ao nível do mercado de trabalho. Os domínios de competências relacionados com comércio eletrónico, o e-marketing, com o serviço pós-venda constituem alguns dos que justificaram uma maior atualização.

A qualificação de **Técnico/a de Comércio** acolhe com principais domínios de atualização o atendimento e aconselhamento ao cliente, a comercialização através de canais online, o serviço e acompanhamento pós-venda, o visual merchandising e as competências para empreender e gerir pequenos negócios.

A qualificação de **Técnico/a de Secretariado** mantém o âmbito genérico da qualificação já existente no Catálogo Nacional de Qualificações, promovendo-se uma atualização das competências a desenvolver sobretudo no que se refere aos domínios de apoio aos processos de contratação, à gestão de informação, à comunicação e à coordenação de equipas de trabalho.

A qualificação **Técnico/a de Logística** também já existe no Catálogo Nacional de Qualificações mas é objeto de revisão na atual proposta apresentada. Para além da atualização dos conteúdos mais “clássico” relacionados com a vertente de gestão de armazéns, a qualificação procura acolher, também, a intervenção da componente logística no planeamento dos processos produtivos, aprofundar as componentes de coordenação e monitorização de atividade e das equipas de trabalho e de gestão da distribuição. As competências transversais no domínio da comunicação e coordenação de equipas são, também, contempladas no exercício.

A qualificação de **Técnico/a de Comunicação e Assistência ao Cliente** corresponde à proposta de uma nova qualificação que foi trabalhada sobre contributos recebidos via ANQEP e que apontavam no sentido de se criar uma qualificação na área dos centros de contacto e de assistência ao cliente. Como é percebido no diagnóstico, esta é uma área com forte dinamismo no domínio da configuração de novos serviços e, conseqüentemente, do emprego. A proposta apresentada procura, contudo, alargar um pouco o âmbito de intervenção referido a esta nova qualificação, considerando um espaço mais amplo de assistência ao cliente. Nesta perspetiva, esta qualificação intercepta-se com as qualificações de Técnico/a de Vendas e Marketing e de Técnico/a de Comércio assumindo algumas das competências que são aí trabalhadas, com reforço das competências comunicacionais e das associadas às tecnologias web e sistemas

de informação e comunicação. As dimensões da promoção e venda e, nesta âmbito, a utilização de plataformas online e de recursos de comunicação a distância constituem domínios de desenvolvimento de competências mais aprofundados.

A qualificação de **Técnico/a de Apoio à Gestão** atualiza a qualificação de nível 4 já existente no Catálogo Nacional de Qualificações, elevando o nível dos resultados de aprendizagem a obter. Com efeito, o diagnóstico sublinha a dinâmica de qualificação do emprego que se verifica no subsetor dos serviços às empresas e, nessa medida, remete para a importância de nivelar melhor o patamar de aprendizagens no domínio da gestão. Nesta medida, o referencial procura manter uma lógica de transversalidade ao nível das competências trabalhadas, promovendo a sua atualização tendo em conta, também, o nível de qualificação em que passa a incluir-se esta qualificação. O domínio do controlo de gestão, a vertente de interação em equipas de trabalho alargadas e de coordenação de equipas mais restritas, o domínio do marketing e a comunicação constituem áreas privilegiadas pelo processo de revisão e atualização de competências realizado.

A qualificação de Técnico/a Especialista em Comércio Internacional já existe no Catálogo Nacional de Qualificações tendo-se procedido à sua revisão tendo por base os elementos de diagnóstico recolhidos e as propostas de trabalho que com esse objetivo haviam sido remetidas à ANQEP. As vertentes de prospeção de mercados e planeamento de negócios, a gestão de processos de transações e as competências de comunicação constituem algumas das vertentes privilegiadas no processo de revisão.

Como se referiu, para além da revisão do âmbito e competências das qualificações, o processo de elaboração das novas qualificações atendeu à revisão no modo como estas se organizam e são descritas. Como referido, a descrição com base em resultados de aprendizagem é uma dessas alterações sendo que neste plano se destaca a convergência na opção metodológica com o proposto no Guia Metodológico que sobre este tema foi elaborado pela ANQEP.

A elaboração dos referenciais de competências assenta na descrição das unidades de competência que estruturam cada uma das qualificações prevista. Essa descrição, compreende o enunciado do conjunto de atividades que traduzem as dinâmicas de mudança verificadas em cada domínio de exercício profissional e a sua especificação sobre a forma de realizações profissionais e de resultados de aprendizagem (conforme identificados no QNQ) e critérios de desempenho associados. Complementarmente, para cada unidade de competência será desenhado um referencial de formação associado contendo a indicação do número de horas de formação a considerar no módulo formativo que dá resposta à unidade de competências e o enunciado dos principais conteúdos formativos que nele se incluem.

Complementarmente, e no que se refere à sua organização, os referenciais desenvolvidos passam a indicar propostas de certificações parciais e de especialização. Estas certificações procuram reforçar a capacidade de resposta do sistema ao nível da promoção da aprendizagem ao longo da vida, estabelecendo roteiros de qualificação compostos por subconjuntos de unidades de competências incluídas no referencial de qualificação e que procuram dar resposta a necessidades de formação valorizadas pelo mercado de trabalho. Explicita-se abaixo o entendimento atribuído a cada um destes níveis de certificação:

- **Certificações parciais**, organizadas através da seleção de um conjunto de unidades de competência do núcleo base do referencial de competências.
- **Certificações de especialização**, organizadas através da seleção de um conjunto de unidades de competência da componente flexível (bolsa de unidades de competências) do referencial de competências.

No caso das **certificações parciais**, o conjunto de unidades de competências associado e o correspondente percurso formativo representam uma parte do referencial de competências previsto como necessário para atribuição de uma qualificação de nível 2, 4 ou 5 do Quadro Nacional de Qualificações e traduz a definição de conjuntos coerentes de competências que contribuem para a valorização profissional.

No caso das **certificações de especialização**, o percurso formativo considera o aprofundamento de aprendizagens que correspondem a domínios de especialização profissional. Do ponto de vista da organização dos referenciais de competências, estes domínios são construídos através da identificação de um conjunto de unidades de competência – incluídos na bolsa de UC – que possibilitam a especialização de domínios de competência a partir do núcleo base dos referenciais.

Como já referido, a abordagem por qualificação não esgota a opção para construção de um referencial estratégico do domínio da formação. Com efeito, em grande medida, muitos dos domínios considerados podem constituir objeto preferencial de ação ao nível da formação contínua, importando definir um quadro de atuação mais dirigido para este plano. Nesta perspetiva, importa assegurar um maior detalhe no elenco das competências a desenvolver em cada um dos domínios de atividade. A sistematização desse elenco de competências é apresentada no quadro seguinte onde se identificam os domínios de competência destacados como mais relevantes em cada subsetor e domínio. No sentido de procurar um nível adequado de detalhe para a descrição destas competências, nem muito genérico nem muito específico uma vez que o detalhe é trabalhado no âmbito dos referenciais de competências, adota-se uma forma de enunciado que procura aproximar-se da forma de designação adotada para as unidades de competências.

De referir que de acordo com a metodologia seguida, uma Unidade Competência “consiste numa combinatória coerente de resultados de aprendizagem, passível de avaliação e validação autónoma” e que “cada unidade de competência é composta por vários elementos” dos quais aqui destacamos:

Realizações – refere-se às ações através das quais o indivíduo evidência/demonstra o domínio da unidade de competência. Ou seja, decomposição da unidade de competência em ações profissionais diretamente observáveis que permitam demonstrar que o indivíduo age com competência;

Conhecimento – “o acervo de factos, princípios, teorias e práticas relacionadas com um domínio de estudos ou de atividade profissional” (in Portaria n.º 782/2009, de 23 de Julho);

Aptidão – “a capacidade de aplicar o conhecimento e utilizar os recursos adquiridos para concluir tarefas e solucionar problemas. Pode ser cognitiva (utilização de pensamento lógico, intuitivo e criativo) e prática (implicando destreza manual e o recurso a métodos, materiais, ferramentas e instrumentos)” (in Portaria n.º 782/2009, de 23 de Julho);

Atitude – “a capacidade para desenvolver tarefas e resolver problemas de maior ou menor grau de complexidade e com diferentes graus de autonomia e responsabilidade” (in Portaria n.º 782/2009, de 23 de Julho);

A opção organizativa seguida na construção do programa estratégico privilegia a mobilização dos referenciais de qualificação da formação inicial para dar resposta, aproveitando a sua flexibilidade, à construção da estratégia de ação no domínio da formação contínua. Contudo, esta opção enfrenta duas limitações: não foram ainda desenvolvidos referenciais para todas as qualificações; existem domínios de competências que poderão não ser cabalmente incluídos no âmbito dos referenciais da formação inicial (de que poderão constituir exemplo algumas vertentes da formação em gestão) pelo que terão de ser previstas estratégias próprias e complementares de resposta no domínio da formação contínua.

O exercício que em seguida se apresenta considera a descrição dos domínios de competência que são de forma mais evidente impactados pelas dinâmicas de mudança em curso e que, nessa medida, constituem um roteiro prioritário de aposta ao nível da formação profissional. De referir que por se tratar de um nível mais desagregado de identificação de competências, nele apenas se consideram os domínios de atividade que de forma mais intensiva foram trabalhados no estudo, ou seja, o comércio, os serviços às empresas nas vertentes da contabilidade, do marketing, do secretariado e apoio administrativo, da logística e os serviços pessoais.

Assim, embora muitas das dinâmicas de mudança intercedem alguns dos subsectores que aqui não se trabalharam, não se abordaram neste exercício, a área da saúde – trabalhada noutro estudo –, das TIC que justifica um trabalho autónomo que estará programado para breve, da hotelaria, restauração e turismo já trabalhados exaustivamente em trabalhos recentes, da arte, cultura e património cujas evidências não permitem um adequado nível de especificação e de serviços às empresas que em que predominam as qualificações de nível superior. Complementarmente, importa referir que o exercício procura distinguir entre os domínios de competência de cariz mais específico ao âmbito funcional em causa e os domínios de competência que têm um cariz mais transversal.

Quadro n.º 41 – Mapeamento de Principais Domínios de Desenvolvimento de Competências

Subsetor	Domínio de Atividade	Principais Domínios de Desenvolvimento de Competências	
		Estratégias Complementares de Resposta	
		Específicos	Transversais
Comércio	Retalho e Grossista	<ul style="list-style-type: none"> Atendimento e aconselhamento ao cliente Utilização de canais online e sistemas de informação no atendimento, aconselhamento e venda Dinamização de pontos de venda e organização da participação em eventos Atuação no contexto de cadeias globais de retalho Implementação e monitorização de planos e campanhas promocionais Efetuar o acompanhamento pós-venda Gestão da carteira de clientes Gestão de reclamações Gestão de stocks e aprovisionamento Gestão administrativa da atividade comercial Organização e gestão de pequenos negócios 	<ul style="list-style-type: none"> Integração de valores ambientais e de sustentabilidade Qualidade, incluindo a padronização de procedimentos Comunicação, incluindo em língua estrangeira Tecnologias de Informação e Comunicação Liderança Coordenação de equipas de trabalho Organização do tempo de trabalho Trabalho em equipa e em rede Cultura de parceria Escuta ativa Resiliência ao stress Criatividade Capacidade de negociação Capacidade de mediação Organização e implementação de sistemas de gestão da qualidade e ambiente Empreendedorismo
Serviços às Pessoas	Apoio à comunidade e à família	<ul style="list-style-type: none"> Atendimento ao cliente respeitando os padrões de serviço adequados Avaliação as necessidades dos clientes e seleção das ações a empreender Aplicação dos regulamentos de qualidade e segurança Utilização das TIC na prestação de serviços Comunicação e relação com familiares E-competências 	<p>Estas competências são de algum modo transversais ao conjunto de subsectores identificados, sendo mobilizadas no contexto do desempenho das principais realizações que se associam aos domínios de competência referenciados. Nessa medida, a sua explicitação é feita no contexto da descrição das Unidades de Competência elaboradas, aí se percebendo melhor como elas vão sendo mobilizadas nos diferenciados contextos de exercício.</p>
	Cuidados de beleza	<p>Não foi especificamente trabalhado pelo que apenas se situam alguns domínios de competências comuns</p> <ul style="list-style-type: none"> Aconselhamento ao cliente Aplicação dos padrões de serviço adequados Gestão da carteira de clientes Gestão de reclamações Gestão de stocks e aprovisionamento Gestão administrativa da atividade Organização e gestão de pequenos negócios 	

Subsetor	Domínio de Atividade	Principais Domínios de Desenvolvimento de Competências Estratégias Complementares de Resposta	
		Específicos	Transversais
Serviços a Empresas/nas empresas	Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboração, desenvolvimento e monitorização de planos operacionais de marketing e e-marketing • Elaboração, desenvolvimento e monitorização de planos de comunicação • Análise e prospeção de mercado • Elaborar e implementar planos de venda • Elaboração conteúdos promocionais e informativos • Organização de eventos e campanhas promocionais • Informação ao cliente • Gestão de canais online • Gestão de reclamações • Efetuar o acompanhamento pós-venda • Gestão da carteira de clientes • Implementação de campanhas de promoção e comunicação para clientes individuais, grupos e empresas 	
	Contabilidade e Finanças	<ul style="list-style-type: none"> • Organização de informação de suporte à gestão contabilística • Operações de suporte à análise económico-financeira • Cumprimento das obrigações fiscais • Elaborar, executar e controlar orçamentos • Elaboração e monitorização de projetos de investimento 	
	Logística	<ul style="list-style-type: none"> • Gestão de operações de armazém • Coordenação dos processos de armazenamento • Organização e gestão de operações de expedição de mercadorias • Gestão de stocks e aprovisionamento • Gestão de transportes • Gestão de indicadores de monitorização da atividade 	
	Secretariado e Apoio Administrativo	<ul style="list-style-type: none"> • Gestão da comunicação e organização de atividades • Gestão e produção de documentação • Gestão de reclamações • Gestão de procedimentos associados à contratação de bens e serviços • Controlar e gerir stocks 	
	Gestão	<ul style="list-style-type: none"> • Inovação e gestão estratégica (procura de novos conceitos) • Segmentação da oferta • Gestão e organização contabilística e financeira • Análise económico-financeira • Execução e controlo de orçamentos • Gestão e desenvolvimento de competências das organizações • Planeamento da atividade produtiva • Promoção e comunicação empresarial • Gestão da qualidade e ambiente • Apoio ao desenvolvimento de processos 	<ul style="list-style-type: none"> • de internacionalização • Gestão do aprovisionamento <p><u>No domínio da internacionalização</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Prospeção de mercados • Elaboração de planos de negócios • Organização das atividades de divulgação em mercados internacionais • Planeamento dos processos de venda em mercados internacionais • Gestão das operações de apoio à exportação • Gestão da carteira de clientes

IV.5 ARTICULAÇÃO ENTRE AS PRIORIDADES FORMATIVAS E OS INSTRUMENTOS FORMATIVOS

O exercício que em seguida se desenvolve procura explicitar de que modo os domínios de competência específicos podem encontrar uma estratégia de resposta – do ponto de vista do planeamento da formação – no conjunto de referenciais de apoio à organização da formação existentes ou, caso isso se justifique, que desafios de inovação suscitam nesta matéria. Em particular, o exercício permite colocar em destaque a articulação entre os novos referenciais de competências desenvolvidos para o setor e os domínios de desenvolvimento de competências que lhe estão subjacentes, nomeadamente no caso daqueles que cruzam de forma mais evidente as dinâmicas de mudança sinalizadas no estudo.

Complementarmente, fruto da explicitação desta articulação e do facto de se terem desenvolvido referenciais de competências e de formação com um elevado nível de detalhe, o exercício permite conduzir para a consulta da descrição mais fina – baseada na metodologia de resultados de aprendizagem da ANQEP – das competências destacadas. Com efeito, muitas das competências específicas referidas estão trabalhadas nos novos referenciais de competências e formação tendo por base os descritores dos resultados de aprendizagem mais comuns, em particular as realizações, os conhecimentos e as atitudes.

Deste modo, a sistematização subsequente constitui um guia de consulta para os referenciais elaborados e uma forma de detalhar os impactos sobre as competências. No caso em que não exista relação entre o domínio de competência e os novos referenciais, procurar-se fornecer uma pista útil sobre o modo como pode ser dada resposta ao nível da formação.

Quadro n.º 42 – Identificação das Qualificações / Unidades de Competência / Unidades de Formação Relacionadas que podem apoiar a implementação da estratégia de formação

Subsetor / Área de Atividade	Domínios de Competência Destacados	Qualificações / Unidades de Competência / Unidades de Formação Relacionadas	Estratégias Complementares de Resposta
Comércio	<ul style="list-style-type: none"> • Atendimento e aconselhamento ao cliente • Utilização de canais online e sistemas de informação no atendimento, aconselhamento e venda • Dinamização de pontos de venda e organização da participação em eventos • Atuação no contexto de cadeias globais de retalho • Implementação e monitorização de planos e campanhas promocionais • Efetuar o acompanhamento pós-venda • Gestão da carteira de clientes • Gestão de reclamações • Gestão de stocks e aprovisionamento • Gestão administrativa da atividade comercial • Organização e gestão de pequenos negócios 	<p>Referencial de qualificação do Técnico de Comércio, nomeadamente no que se refere às seguintes unidades de competências :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atender e aconselhar os clientes relativamente a produtos ou serviços • Atender e aconselhar os clientes relativamente a produtos ou serviços através de canais online • Efetuar o acompanhamento pós-venda • Acolher e gerir reclamações relativamente a produtos ou serviços prestados • Acolher e gerir reclamações relativamente a produtos ou serviços prestados, através de meios interativos ou digitais • Organizar e dinamizar pontos de vendas • Organizar a apresentação de produtos e a participação em feiras e eventos, em colaboração com o gestor • Controlar os stocks dos produtos comercializados • Delinear a estratégia comercial do negócio • Elaborar o plano de negócios da empresa • Elaborar o projeto de implementação do negócio 	<p>Complementarmente a estas unidades de competências, alguns dos domínios considerados podem ser respondidos através de unidades de competência incluídas no Técnico de Vendas e Marketing, em particular :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar, implementar e monitorizar o plano operacional de marketing para o retalho físico e online, em colaboração com o gestor

Subsetor / Área de Atividade	Domínios de Competência Destacados	Qualificações / Unidades de Competência / Unidades de Formação Relacionadas	Estratégias Complementares de Resposta
Serviços às pessoas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Atendimento ao cliente respeitando os padrões de serviço adequados ▪ Avaliação as necessidades dos clientes e seleção das ações a empreender ▪ Aplicação dos regulamentos de qualidade e segurança ▪ Utilização das TIC na prestação de serviços ▪ Comunicação e relação com familiares ▪ E-competências ▪ Aconselhamento ao cliente ▪ Aplicação dos padrões de serviço adequados ▪ Gestão da carteira de clientes ▪ Gestão de reclamações ▪ Gestão de stocks e aprovisionamento ▪ Gestão administrativa da atividade comercial ▪ Organização e gestão de pequenos negócios 	<p>Referencial de qualificação do Técnico de Comércio, nomeadamente no que se refere às seguintes unidades de competências :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Atender e aconselhar os clientes relativamente a produtos ou serviços ▪ Acolher e gerir reclamações relativamente a produtos ou serviços prestados ▪ Acolher e gerir reclamações relativamente a produtos ou serviços prestados, através de meios interativos ou digitais ▪ Controlar os stocks dos produtos comercializados ▪ Delinear a estratégia comercial do negócio ▪ Elaborar o plano de negócios da empresa ▪ Elaborar o projeto de implementação do negócio 	<p>Complementarmente a estas unidades de competências, alguns dos domínios considerados podem ser respondidos através de unidades de competência incluídas em referenciais atualmente existentes no Catálogo Nacional de Qualificações, nomeadamente no que diz respeito ao Técnico/a de Apoio Familiar e de Apoio à Comunidade e ao Animador/a Sociocultural.</p> <p>Contudo, o diagnóstico realizado sublinha a utilidade de se desenvolverem novos referenciais de qualificação nesta área que permitam uma maior integração entre as diferentes vertentes de atuação e respondam mais especificamente aos domínios de competência considerados. O Técnico/a de Apoio Familiar e de Apoio à Comunidade (que prevê uma certificação parcial de Agente de Geriatria) assume aqui um papel fundamental</p>

Subsetor / Área de Atividade	Domínios de Competência Destacados	Qualificações / Unidades de Competência / Unidades de Formação Relacionadas	Estratégias Complementares de Resposta
Serviços às empresas – Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboração, desenvolvimento e monitorização de planos operacionais de marketing e e-marketing • Elaboração, desenvolvimento e monitorização de planos de comunicação • Análise e prospeção de mercado • Elaborar e implementar planos de venda • Elaboração conteúdos promocionais e informativos • Organização de eventos e campanhas promocionais • Informação ao cliente • Gestão de canais online • Gestão de reclamações • Efetuar o acompanhamento pós-venda • Gestão da carteira de clientes • Implementação de campanhas de promoção e comunicação para clientes individuais, grupos e empresas 	<p>Referencial de qualificação do Técnico de Marketing e Vendas, nomeadamente no que se refere às seguintes unidades de competências :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Executar, em colaboração com o gestor, estudos de mercado ligados à atividade comercial da empresa • Elaborar, implementar e monitorizar planos de operacionais de marketing, em colaboração com o gestor • Elaborar, implementar e monitorizar planos de operacionais de e-marketing, em colaboração com o gestor • Elaborar, implementar e monitorizar planos de comunicação em colaboração com o gestor • Elaborar, implementar e monitorizar o plano operacional de marketing para o retalho físico e online, em colaboração com o gestor • Elaborar, implementar e monitorizar, em colaboração com o gestor hoteleiro, o plano operacional de marketing turístico • Elaborar, em colaboração com o gestor, planos de comercialização de produtos e serviços • Elaborar, implementar e monitorizar o plano operacional de marketing para o retalho físico e online, em colaboração com o gestor • Informar e esclarecer o cliente relativamente a produtos e serviços • Elaborar propostas comerciais e orçamentos de produtos e serviços • Vender e assegurar os procedimentos da venda • Efetuar o acompanhamento pós-venda • Acolher e gerir reclamações relativamente a produtos ou serviços prestados • Efetuar a gestão da sua carteira de clientes • Controlar os stocks dos produtos comercializados pela empresa 	<p>Complementarmente a estas unidades de competências, alguns dos domínios considerados podem ser respondidos através de unidades de competência incluídas no Técnico Comercial.</p>

Subsetor / Área de Atividade	Domínios de Competência Destacados	Qualificações / Unidades de Competência / Unidades de Formação Relacionadas	Estratégias Complementares de Resposta
Serviços às empresas – Contabilidade e Finanças	<ul style="list-style-type: none"> • Organização de informação de suporte à gestão contabilística • Operações de suporte à análise económico-financeira • Cumprimento das obrigações fiscais • Elaborar, executar e controlar orçamentos • Elaboração e monitorização de projetos de investimento 	<p>Referencial de qualificação do Técnico de Apoio à Gestão, nomeadamente no que se refere às seguintes unidades de competências :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizar informação de suporte à gestão administrativa, contabilística, financeira e fiscal • Efetuar operações de suporte à análise económico-financeira e gestão de tesouraria • Assegurar o cumprimento das obrigações fiscais da organização • Elaborar, executar e controlar os orçamentos, em colaboração com o coordenador • Participar no planeamento, elaboração e monitorização de projetos de investimento 	<p>Complementarmente a estas unidades de competências, alguns dos domínios considerados podem ser respondidos através de unidades de competência incluídas em referenciais atualmente existentes no Catálogo Nacional de Qualificações, nomeadamente no que diz respeito ao Técnico/a de Contabilidade.</p>
Serviços às empresas – Logística	<ul style="list-style-type: none"> • Gestão de operações de armazém • Coordenação dos processos de armazenamento • Organização e gestão de operações de expedição de mercadorias • Gestão de stocks e aprovisionamento • Gestão de transportes • Gestão de indicadores de monitorização da atividade 	<p>Referencial de qualificação do Técnico de Logística, nomeadamente no que se refere às seguintes unidades de competências :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizar e gerir as operações de receção de mercadorias em armazém • Coordenar o processo de armazenagem • Coordenar o processo de preparação das mercadorias • Organizar e gerir operações de expedição de mercadorias • Efetuar a gestão de stocks e indicadores • Acompanhar e monitorizar a prestação de serviço logístico • Programar e preparar a distribuição a clientes • Efetuar a gestão de indicadores • Coordenar a atividade das equipas de trabalho da operação logística 	

Subsetor / Área de Atividade	Domínios de Competência Destacados	Qualificações / Unidades de Competência / Unidades de Formação Relacionadas	Estratégias Complementares de Resposta
Serviços às empresas – Secretariado e Administração	<ul style="list-style-type: none"> • Gestão da comunicação e organização de atividades • Gestão e produção de documentação • Gestão de reclamações • Gestão de procedimentos associados à contratação de bens e serviços • Controlar e gerir stocks 	<p>Referencial de qualificação do Técnico de Secretariado, nomeadamente no que se refere às seguintes unidades de competências :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planear e organizar a rotina diária, semanal e mensal da unidade orgânica • Acolher e atender, presencial e telefonicamente, os interlocutores internos e externos • Gerir reclamações relativamente a produtos ou serviços prestados • Elaborar apresentações e outra documentação de suporte informativo • Planear, organizar e assessorar reuniões e outras sessões de trabalho • Criar e organizar bases de dados de apoio à unidade orgânica • Recencionar, organizar e encaminhar a documentação da unidade orgânica • Preparar e elaborar correspondência interna e externa e outros documentos de carácter administrativo • Preparar e elaborar documentação de gestão administrativa de recursos humanos • Preparar e elaborar documentação de gestão financeira e contabilística • Participar na gestão de informação e apoio no âmbito de plataformas de contratação • Coordenar as atividades de colaboradores de serviços de apoio 	

Subsetor / Área de Atividade	Domínios de Competência Destacados	Qualificações / Unidades de Competência / Unidades de Formação Relacionadas	Estratégias Complementares de Resposta
Gestão	<ul style="list-style-type: none"> • Inovação e gestão estratégica (procura de novos conceitos) • Segmentação da oferta • Gestão e organização contabilística e financeira • Análise económico-financeira • Execução e controlo de orçamentos • Gestão e desenvolvimento de competências das organizações • Planeamento da atividade produtiva • Promoção e comunicação empresarial • Gestão da qualidade e ambiente • Apoio ao desenvolvimento de processos de internacionalização • Gestão do aprovisionamento <p>No domínio da internacionalização</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prospecção de mercados • Elaboração de planos de negócios • Organização das atividades de divulgação em mercados internacionais • Planeamento dos processos de venda em mercados internacionais • Gestão das operações de apoio à exportação • Gestão da carteira de clientes 	<p>Referencial de qualificação do Técnico Especialista em Apoio à Gestão e do Técnico Especialista em Comércio Internacional, nomeadamente no que se refere às seguintes unidades de competências :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizar informação de suporte à gestão administrativa, contabilística, financeira e fiscal • Efetuar operações de suporte à análise económico-financeira e gestão de tesouraria • Assegurar o cumprimento das obrigações fiscais da organização • Elaborar, executar e controlar os orçamentos, em colaboração com o coordenador • Participar no planeamento, elaboração e monitorização de projetos de investimento • Participar na organização dos processos de recrutamento, seleção e admissão de recursos humanos • Planificar, em colaboração com o coordenador, ações de formação interna • Realizar a prospecção comercial e a monitorização em mercados internacionais • Participar na elaboração de planos de negócios 	<p>Complementarmente a estas unidades de competências, alguns dos domínios considerados podem ser respondidos através de unidades de competência incluídas em referenciais atualmente existentes no Catálogo Nacional de Qualificações, nomeadamente no que diz respeito às UFCD na domínio da gestão.</p> <p>Neste âmbito também será possível mobilizar as UFCD desenvolvidas no âmbito dos referenciais de formação que deram corpo ao Programa de Formação de Empregados Financiados no âmbito linha de financiamento do Programa de Formação-ação e de que a ANQEP é detentora.</p>

Subsetor / Área de Atividade	Domínios de Competência Destacados	Qualificações / Unidades de Competência / Unidades de Formação Relacionadas	Estratégias Complementares de Resposta
Gestão	<ul style="list-style-type: none"> • Inovação e gestão estratégica (procura de novos conceitos) • Segmentação da oferta • Gestão e organização contabilística e financeira • Análise económico-financeira • Execução e controlo de orçamentos • Gestão e desenvolvimento de competências das organizações • Planeamento da atividade produtiva • Promoção e comunicação empresarial • Gestão da qualidade e ambiente • Apoio ao desenvolvimento de processos de internacionalização • Gestão do aprovisionamento <p>No domínio da internacionalização</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prospecção de mercados • Elaboração de planos de negócios • Organização das atividades de divulgação em mercados internacionais • Planeamento dos processos de venda em mercados internacionais • Gestão das operações de apoio à exportação • Gestão da carteira de clientes 	<p>Referencial de qualificação do Técnico Especialista em Apoio à Gestão e do Técnico Especialista em Comércio Internacional, nomeadamente no que se refere às seguintes unidades de competências :</p> <p>Planear o processo de venda para mercados internacionais</p> <p>Gerir o processo de venda em mercados internacionais</p> <p>Mapear e planear o processo de compra em mercados internacionais</p> <p>Gerir o processo de compras em mercados internacionais</p> <p>Gerir a carteira de clientes</p> <p>Gerir a carteira de fornecedores e prestadores de serviço</p> <p>Colaborar na apresentação de produtos e participação em feiras e eventos</p> <p>Planear e monitorizar as operações de importação</p> <p>Planear e monitorizar as operações de exportação</p>	

Ali-Yrkkö, Jirky e outros (2011), "Who Captures Value in Global Supply Chains? – Case Nokia N95 Smartphone", Keskusteluaiheita Discussion Papers 28 Feb. 2011, nº 1240: Etlä – The Research Institute of the Finish Economy

Amador, João e Stherer, Robert (2014), As exportações portuguesas nas Cadeias de Valor Globais, Boletim Económico de Abril, Banco de Portugal: 63–74

Augusto Mateus e Associados (2014) O Contributo do setor dos serviços para as exportações portuguesas e para a tração de não residentes, CCP.

Autor, David (2010), The Polarization of Job Opportunities in the U.S. Labor Market Implications for Employment and Earnings, Washington: Center for American Progress – The Hamilton Project

Autor, David (2014), Polanyi's Paradox and the Shape of Employment Growth, Paper presented to the Jackson Hole Symposium 2014

Autor, David e Katz, Lawrence (2006), The Polarization of the U.S. Labor Market, National Bureau of Economic Research Working Paper

Autor, David H., e David Dorn (2013a), "The Growth of Low Skill Service Jobs and the Polarization of the US Labor Market." *American Economic Review*, 103(5): 1553–1597.

Autor, David H., e David Dorn. (2013b), "How Technology Wrecks the Middle Class." *New York Times*: 24 –27

Banco de Portugal (2014), Boletim Económico, Abril, Lisboa

Blinder, Alan (2007). "How Many U.S. Jobs Might be Offshorable?" Princeton University Center for Economic Policy Studies Working Paper No.142, March.

Costa, Rodrigues, Sousa, Teresa (2011), *Introdução à Gestão Comercial e Hoteleira*, Lidel.

Fernandez–Stark, Karina e alii (2011), *The Offshore Services Global Value Chain – ECONOMIC UPGRADING AND WORKFORCE DEVELOPMENT*, CENTER on GLOBALIZATION, GOVERNANCE & COMPETITIVENESS: Duke University

François, Joseph e outros (2013), "Services Linkages and the Value Added Content of Trade", World Bank Policy Research Working Papers, Maio

Gonzales, Frédéric e alii (2012), "Globalization of services and jobs", in *POLICY PRIORITIES FOR INTERNATIONAL TRADE AND JOBS*, Paris: OECD

Goos, Maarten e Manning, Alan (2007). "Lousy and Lovely Jobs: The Rising Polarization of Work in Britain." *Review of Economics and Statistics* 89(1), 118–133.

Goos, Maarten; Manning, Alan e Salomons, Anna (2009). "The Polarization of the European Labor Market." *American Economic Review Papers and Proceedings*, 99(2).

Grossman, Gene e Rossi–Hansberg, Esteban (2008), *Trading Tasks: A Simple Theory of Offshoring*, Princeton University: Princeton

OECD/WTO/UNCTAD (2013), *IMPLICATIONS OF GLOBAL VALUE CHAINS FOR TRADE, INVESTMENT, DEVELOPMENT AND JOBS – Documento preparado para a reunião do G20, S.Petersburgo, Agosto*

Mendes, Fernando Ribeiro (2012) *O Cluster da Saúde e Bem-estar: uma aposta de futuro*, CCP.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Sturgeon, Timothy (2013), Global Value Chains and Economic Globalization– Towards a new measurement framework, Report to Eurostat,

UNCTAD (2013), World Investment Report 201 – GLOBAL VALUE CHAINS: INVESTMENT AND TRADE FOR DEVELOPMENT, Nova Iorque e Genebra: United Nations

CEDEFOP (2014). Skills Forecasts Online Data and Results. <http://www.cedefop.europa.eu/EN/about-ce-defop/projects/forecasting-skill-demand-and-supply/skills-forecasts.aspx>

ECORYS (2012). Study on Business-related services. Main Report. Prepared for the European Commission, DG Enterprise and Industry.

ECORYS et al. (2008) “Study on Industrial Policy and Services”, commissioned by European Commission, DG Enterprise and Industry.

European Commission (2012). A partnership for new growth in services 2012–2015. COM(2012) 261 final. Brussels, 8.6.2012.

European Commission (2013). Towards Knowledge Driven Reindustrialization. European Competitiveness Report (2013). Commission Staff Working Document SWD(2013)347.

European Commission (2014a). E.Skills for Jobs in Europe: Measuring progress and moving ahead. Final Report, prepared by Empirica GmbH for the European Commission. www.eskills-monitor2013.eu

European Commission (2014b). High Level Group on Business Services. Final Report. Abril 2014.

European Commission (2014c). Services: Tapping the potential for growth and jobs. Commission contribution to the European Council of 20–21 March 2014.

European Commission (2014d). For a European Industrial Renaissance. COM (2014) 14/2.

Governo de Portugal (2014). Agenda para a Competitividade do Comércio, Serviços e Restauração 2014–2020. Versão 26 de Junho de 2014. Governo de Portugal.

OECD (2004). Digital Delivery of Business Services. DSTI/ICCP/IE(2003)2/FINAL. Paris: OECD.

OECD (2007). Summary Report of the Study on Globalisation and Innovation in the Business Services Sector. Paris: OECD.

Quatenaire Portugal (2007) Plano Estratégico de Formação para o Setor do Comércio e Serviços, CCP.

Quatenaire Portugal, (2014) Referenciais de Qualificação para o setor do Turismo, CTP.

Quatenaire Portugal, (2014) Melhores Competências! Melhor Turismo, CTP.

Ribeiro, J.F. et al. (2012). O Sector dos Serviços e a Competitividade da Economia. Lisboa: Confederação do Comércio e Serviços de Portugal (CCP).

Salgueiro, Teresa, Cachincho (2011), Herculano, Retail Planning for the Resilient City, CEG.

Schricke, E., Zencker, A., Stahlecker, T. (2012). Knowledge-intensive (business) services in Europe. Luxembourg: Publications Office of the European Union.



QUATENAIRE PORTUGAL

MATOSINHOS
R. TOMÁS RIBEIRO, N.º 412 – 2.º
4450 – 295, MATOSINHOS PORTUGAL

TEL (+351) 229 399 150
FAX (+351) 229 399 159

LISBOA
AVENIDA 5 DE OUTUBRO
N.º 77 – 6.º ESQ
1050 – 049 LISBOA PORTUGAL

TEL (+351) 213 513 200
FAX (+351) 213 513 201

www.quatenaire.pt
geral@quatenaire.pt