

Impacto Socioeconómico dos Centros Comerciais em Portugal

Junho de 2025

Centros Comerciais em Portugal

Temas em Destaque

1. Objetivos do Estudo
2. Centros Comerciais
3. Centros Comerciais em Portugal
4. Impacto total
5. Destaques
6. Anexos



1. *Objetivos*

Objetivos do Estudo

Estimar o **Impacto Socioeconómico** dos **Centros Comerciais** em Portugal em 2024.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

A) Centros Comerciais

*Caracterizar o setor dos **Centros Comerciais**.*

B) Impacto Macro

*Estimar o impacto socioeconómico dos **Centros Comerciais** através dos principais indicadores económicos:*

- I) PRODUÇÃO II) RECEITA FISCAL
- III) EMPREGO IV) VAB V) REMUNERAÇÕES



2. *Centros Comerciais*

Centros Comerciais

Os Centros Comerciais desempenham um papel estratégico nas dinâmicas económicas e sociais das cidades.

-
- A.** VALORIZAÇÃO URBANA
 - B.** DESENHO URBANO
 - C.** REFERÊNCIA
 - D.** SEGURANÇA
 - E.** DINAMISMO
 - F.** INTEGRAÇÃO SOCIAL E ESTILO DE VIDA





CENTROS COMERCIAIS

A Valorização Urbana

- Funcionam como **âncoras de investimento**, potenciando melhorias urbanas e promovendo uma ocupação qualificada do território.
- **Estimulam o desenvolvimento de equipamentos urbanos** complementares, como parques, acessibilidades e soluções de mobilidade.
- **Incentivam melhorias no espaço público envolvente**, como pavimentação, iluminação, mobiliário urbano, a requalificação de infraestruturas.
- Contribuem para a **valorização imobiliária** das áreas envolventes.



CENTROS COMERCIAIS

B Desenho Urbano

- **Reorientam a vocação económica** de determinadas zonas, transformando-as em centros de consumo, lazer e serviços.
- **Contribuem para o planeamento urbano**, ao promoverem uma maior densificação e integração funcional.
- **Potenciam a reconfiguração da malha urbana**, influenciando a localização de novas edificações e equipamentos públicos.

Fonte: Blazy & Łabuz (2022); Ferreira (2017); Guimarães (2014); Peñuela & Calderón (1999).



CENTROS COMERCIAIS

Referência

- Funcionam como **referências espaciais e de orientação** para a população e visitantes, devido à sua visibilidade e multifuncionalidade.
- Tornam-se **centros de convergência de fluxos urbanos**, articulando bairros, zonas comerciais e até municípios vizinhos.
- **Reforçam a identidade urbana**, ao associarem-se aos estilos de vida contemporâneos e a uma experiência urbana integrada.

Fonte: Peñuela & Calderón (1999); Roberto (2016).



CENTROS COMERCIAIS

D Segurança

- **Reabilitam áreas urbanas**, atribuindo novo uso a espaços subutilizados, o que aumenta a presença de forças de segurança.
- **Contribuem para uma maior perceção de segurança**, através da presença constante de pessoas e de sistemas de vigilância.

Fonte: Tozzi et al. (2024); Sarkar et al. (2019); Guimarães (2014).



CENTROS COMERCIAIS

E Dinamismo

- Geram **emprego direto** e **indireto**, desde o comércio e a restauração até à segurança, limpeza e logística.
- Apoiam o **empreendedorismo local**, disponibilizando espaços para negócios e marcas emergentes.
- **Aumentam a arrecadação de receitas fiscais locais.**
- Reforçam o consumo interno, promovendo um ciclo virtuoso de produção, distribuição e venda.

Fonte: Liu et al. (2024); Sarkar et al. (2019).



CENTROS COMERCIAIS

F Integração Social e Estilo de Vida

- Proporcionam ambientes de encontro intergeracional e inclusivo.
- Integram eventos culturais, feiras, exposições e festivais, democratizando o acesso à cultura.
- Contribuem para uma **experiência urbana integrada**, ao oferecer comércio, serviços (hospitais, farmácias, ginásios, entre outros), lazer e restauração num só local, promovendo a conveniência.
- Refletem e moldam os estilos de vida contemporâneos, com foco na conveniência, segurança e acessibilidade.

*Os **Centros Comerciais** modernos consolidaram-se como **parte do quotidiano das famílias**.*

Fonte: Tozzi et al. (2024); Sarkar et al. (2019); Guimarães (2014); Blocj et al. (1994).

3. Centros Comerciais em Portugal



Centros Comerciais em Portugal (2023)

TOTAL PORTUGAL	ASSOCIADOS APCC
173 Centros Comerciais	103 Centros Comerciais
14 Ativos de Retalho em <i>Pipeline</i>	81% da ABL Total dos Centros Comerciais
+3,8 M de m ² de Área Bruta Locável	3,1 M de m ² de Área Bruta Locável

Fonte: CBRE e APCC.

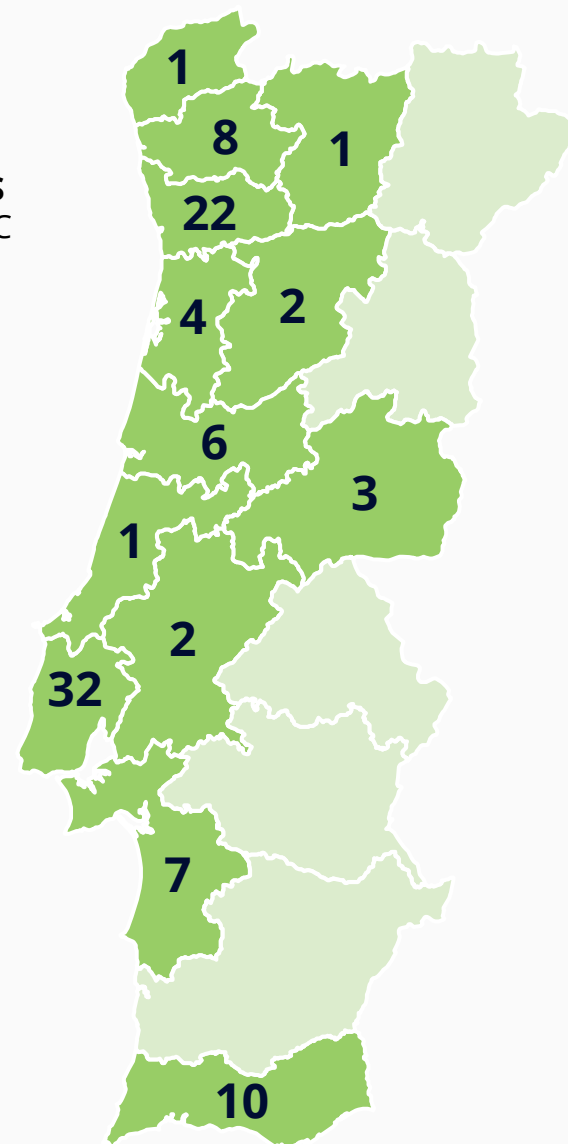
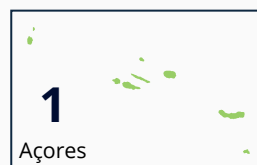
Nota: ABL - Área Bruta Locável.

Centros Comerciais dos Associados APCC

- Os **Centros Comerciais** desempenham um papel fundamental na geração de valor económico, não só pelo volume de negócios que concentram, mas também pela criação de milhares de postos de trabalho e pela geração de remunerações significativas.
- A sua distribuição geográfica contribui ainda para o **desenvolvimento das diferentes regiões do país**, reforçando o tecido económico e social a nível local.

Fonte: APCC.

DISTRIBUIÇÃO DOS CENTROS COMERCIAIS DOS ASSOCIADOS APCC EM PORTUGAL



Centros Comerciais em Portugal:

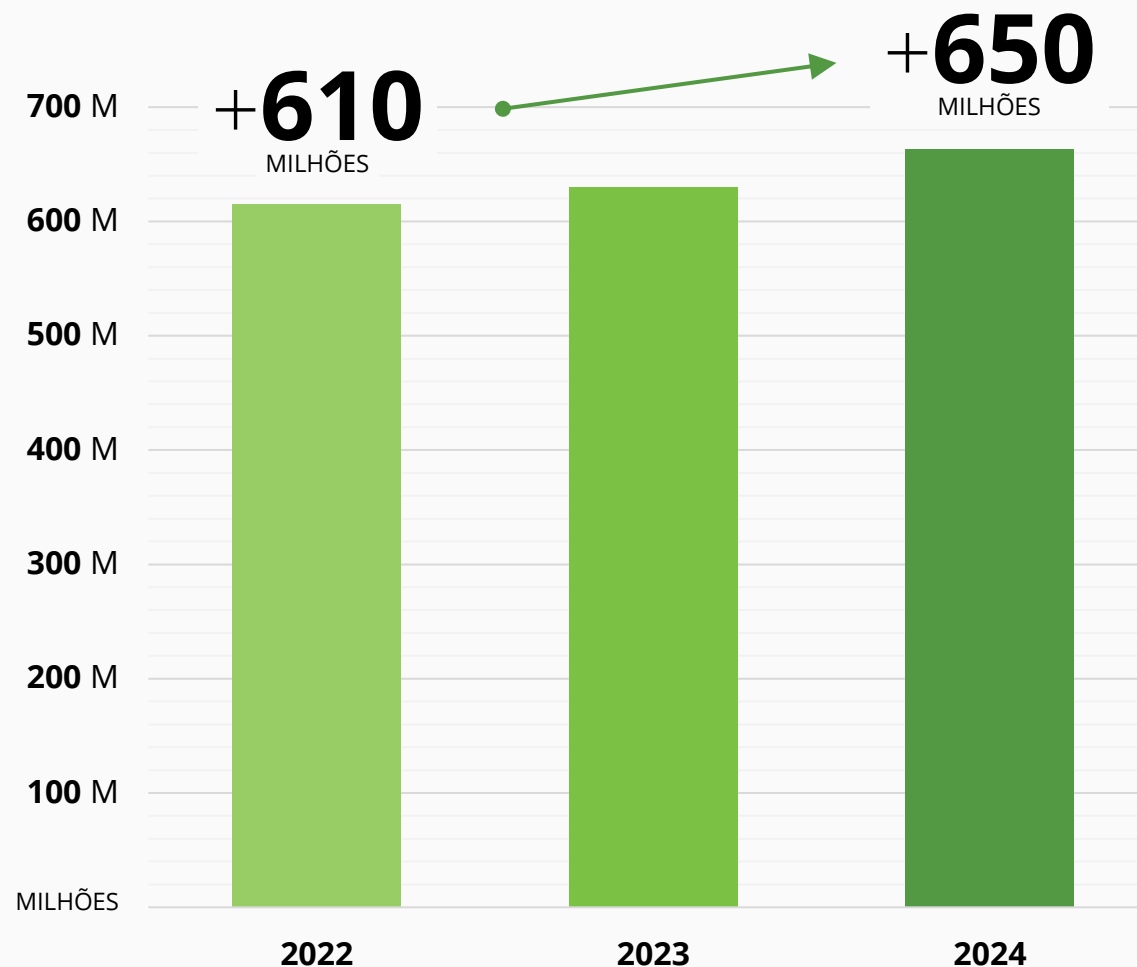
CRESCIMENTO SUSTENTADO

- Os **Centros Comerciais** mantêm-se **relevantes** como espaços de convivência e lazer, continuando a atrair visitantes.

+600 Milhões
de **Visitas Anuais**
nos últimos 3 anos

Fonte: Cálculos da Equipa com base em dados da CBRE e da APCC.

VISITAS NOS CENTROS COMERCIAIS 2022-2024



Centros Comerciais em Portugal:

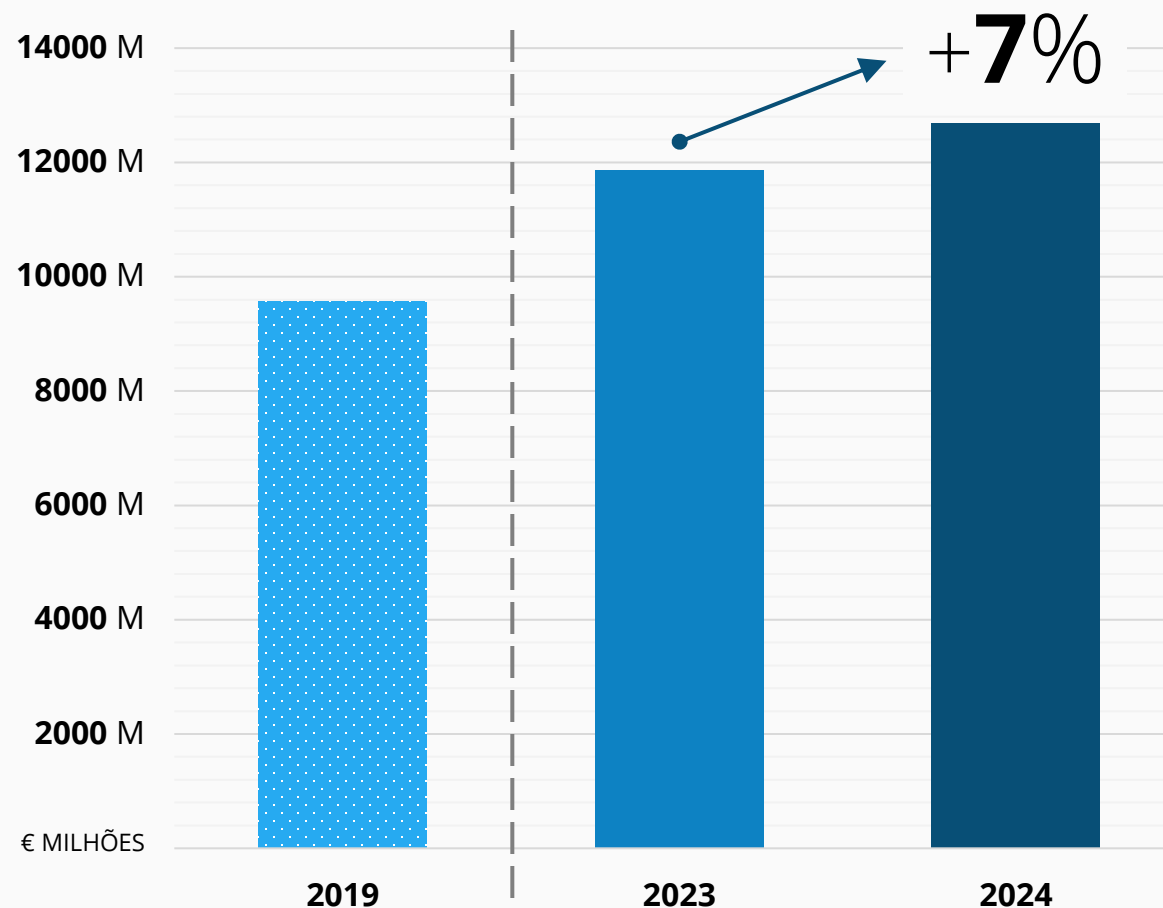
CRESCIMENTO SUSTENTADO

- Os **Centros Comerciais** continuam a desempenhar um papel fundamental no setor do retalho...

+ €**12,5** Mil Milhões
de **Vendas Totais do Setor** em 2024

Fonte: Cálculos da Equipa com base em dados do INE, da CBRE, da Reduniq Insights e da APCC.

VENDAS NOS CENTROS COMERCIAIS 2019, 2023 e 2024



Centros Comerciais em Portugal:

CRESCIMENTO SUSTENTADO

... representando uma **fatia significativa** das vendas do retalho em Portugal e afirmando-se como pilares da atividade comercial urbana.

Centros Comerciais

representaram*, em 2023, cerca de:



30,72%

das Vendas de Comércio a **Retalho Não Alimentar.**



8,96%

das Vendas de Comércio a **Retalho Alimentar.**



16,93%

das Vendas de Comércio a **Retalho.**



19,41%

das Vendas de Comércio a **Retalho, sem Combustíveis**

Nota: *Com base nos dados do INE - Sistema de Contas Integradas das Empresas.

4. *Impacto Total*

Impacto Total

Impacto Total

EFEITOS TOTAIS DOS CENTROS COMERCIAIS NA ECONOMIA PORTUGUESA EM 2024

EFEITOS TOTAIS 2024 Diretos, Indiretos e Induzidos

Milhões

Produção	€ 19 765,7
VAB	€ 11 254,5
Receita Fiscal*	€ 3 492,0
Remunerações (Custos com Pessoal)	€ 4 728,7
	ETC**
Emprego	352 922

Fonte: Cálculos da Equipa.

Nota: *IVA, IRS. **Empregos em Equivalente a Tempo Completo.

Impacto Total

Impacto Total

**PESO DOS EFEITOS TOTAIS*
DOS CENTROS
COMERCIAIS NA ECONOMIA
PORTUGUESA EM 2024**

PESO EFEITOS TOTAIS 2024 Diretos, Indiretos e Induzidos

Produção	3,55%
VAB	4,55%
Receita Fiscal*	7,91%
Remunerações (Custos com Pessoal)	3,52%
Emprego	6,53%

Fonte: Cálculos da Equipa.

Nota: *Com base em dados provisórios do INE e cálculos da Equipa. ** IVA, IRS.

Impacto Total

Impacto Total

Os **Centros Comerciais** representam uma **parcela significativa das vendas do retalho em Portugal**, com uma **forte contribuição para o VAB** da economia nacional.

O setor dos Centros Comerciais é um importante gerador de emprego e rendimento, sustentando milhares de postos de trabalho diretos e indiretos em todo o país.

*Nota: *Com base em dados provisórios do INE e cálculos da Equipa.*

O Efeito Total dos **Centros Comerciais** contribuiu com
€ 14 375,6 Milhões
do PIB Nacional* em 2024

5,0% do PIB de Portugal

Impacto Total

Impacto dos Centros Comerciais na Economia Portuguesa em 2024

EFEITOS TOTAIS Diretos, Indiretos e Induzidos		Produção Milhões	VAB Milhões	Receita Fiscal Milhões	Remunerações Milhões (Custos com Pessoal)	Emprego ETC **
DIRETOS	CENTROS COMERCIAIS	€ 7 885,1	€ 5 070,8	€ 3 028,5	€ 2 090,0	200 352
	FORNECEDORES DIRETOS AOS C.C.	€ 2 161,8	€ 1 090,0	€ 80,2	€ 458,6	25 736
INDIRETO		€ 1 430,1	€ 640,4	€ 53,4	€ 302,7	15 852
INDUZIDO		€ 8 288,7	€ 4 453,3	€ 330,0	€ 1 877,4	110 982
TOTAL		€ 19 765,7	€ 11 254,5	€ 3 492,0	€ 4 728,7	352 922

Fonte: Cálculos da Equipa.

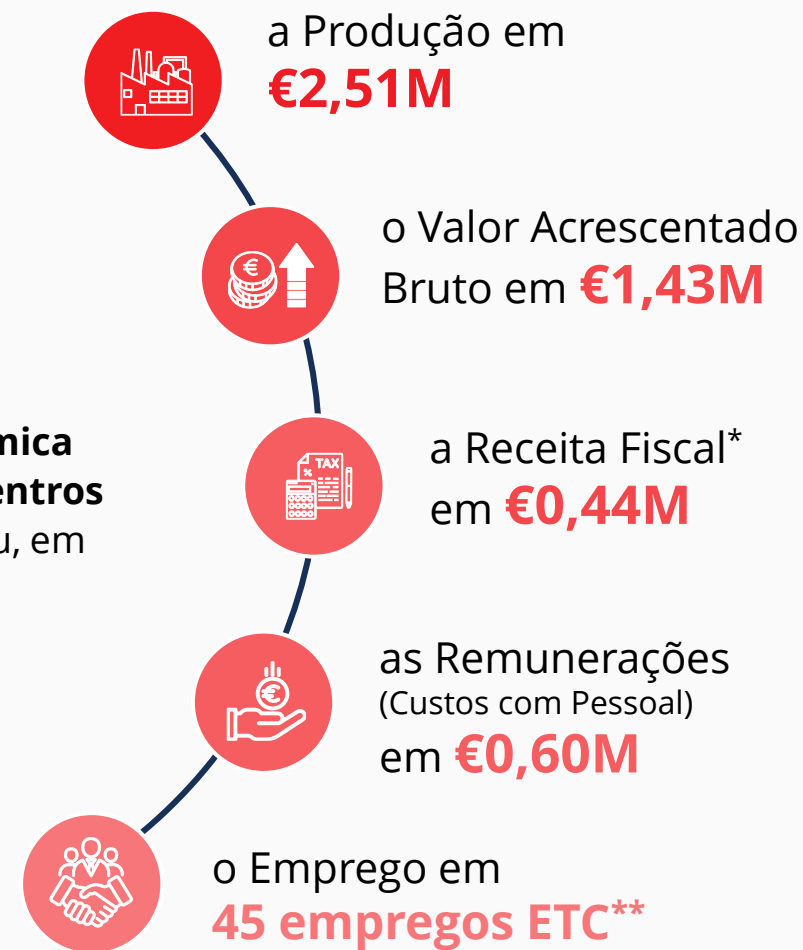
Nota: *IVA, IRS. **Empregos em Equivalente a Tempo Completo.

Impacto Total

Efeitos Totais dos Centros Comerciais na Economia Portuguesa em 2024

MULTIPLICADORES

Em 2024, cada
€1M
de Atividade Económica
Direta gerada pelos Centros
Comerciais contribuiu, em
média, para:



Fonte: Cálculos da Equipa.

Nota: *IVA, IRS. **Empregos em Equivalente a Tempo Completo.

Impacto Total

Efeitos Totais dos Centros Comerciais na Economia Portuguesa em 2024

EFEITOS TOTAIS E MULTIPLICADORES	CENTROS COMERCIAIS	ECONOMIA PORTUGUESA	Efeito Multiplicador
PRODUÇÃO	€ 7 885,1 Milhões	€ 19 765,7 Milhões	Cada €1 de Produção dos Centros Comerciais gerou €2,51 de Produção Total na Economia Portuguesa.
VAB	€ 5 070,8 Milhões	€ 11 254,5 Milhões	Cada €1 de VAB dos Centros Comerciais gerou €2,22 de VAB Total na Economia Portuguesa.
RECEITA FISCAL*	€ 3 028,5 Milhões	€ 3 492,0 Milhões	Cada €1 de Receita Fiscal* dos Centros Comerciais gerou €1,15 de Receita Fiscal* na Economia Portuguesa.
REMUNERAÇÕES (Custos com Pessoal)	€ 2 090,0 Milhões	€ 4 728,7 Milhões	Cada €1 de Remunerações dos Centros Comerciais gerou €2,26 de Remunerações Totais na Economia Portuguesa.
EMPREGO	200 352 Empregos ETC**	352 922 Empregos ETC**	Cada 1 Emprego ETC dos Centros Comerciais gerou 1,76 de Emprego ETC Total na Economia Portuguesa.

Fonte: Cálculos da Equipa.

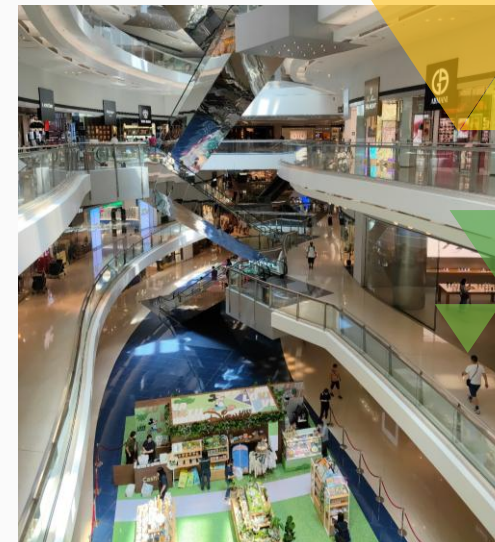
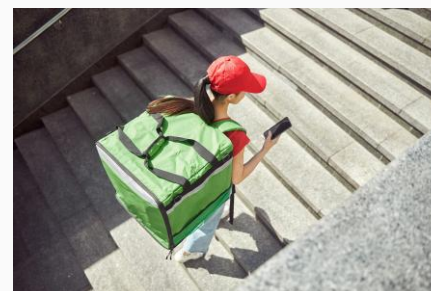
Nota: *IVA, IRS. **Empregos em Equivalente a Tempo Completo.

5. *Destques*

DESTAQUES

A) Impacto Urbano e Territorial

- Os **Centros Comerciais** contribuem para a **valorização do solo, atraem investimento e incentivam a requalificação urbana**, bem como a melhoria da mobilidade local.
- Têm ainda influência no desenho urbano, ao transformarem o uso do solo e ao estimularem **novas vocações económicas**, especialmente nos setores dos serviços e do lazer.



DESTAQUES

B) Revitalização e Organização

- Atuam como **catalisadores de processos de revitalização urbana**, reforçando a perceção de segurança e contribuindo para uma melhor organização dos espaços públicos envolventes.

C) Impacto Social e Cultural

- Favorecem as interações sociais, moldam os estilos de vida urbanos e assumem-se como **motores relevantes no desenvolvimento das cidades.**

DESTAQUES

D) Dinamismo Económico

- Em termos de VAB direto, os **Centros Comerciais** posicionaram-se no **top 12** dos 82 setores das Contas Nacionais.
- Excluindo as atividades do Setor Público e Atividades Imobiliárias, ficaram no **top 8**.

- Os **Centros Comerciais** registaram multiplicadores de Valor Acrescentado Bruto (VAB) e Emprego **superiores à média da economia portuguesa**.

DESTAQUES

D) Dinamismo Económico

- Contribuem para o dinamismo económico local, com **impacto substancial** na criação de postos de trabalho e **distribuição** de rendimento, no **aumento da receita fiscal** municipal e na **geração de valor acrescentado bruto**.

CENTROS COMERCIAIS EM PORTUGAL

Contribuíram em 2024 com:

5,0% do PIB Nacional* **+€11 200** Milhões de VAB → **4,55%** do VAB Nacional

+€4 700 Milhões de Remunerações **+350 000** de Empregos ETC

+€3 400 Milhões de Receita Fiscal (IVA e IRS) → **7,91%** da RF Nacional (IVA e IRS)

Nota: *Com base em dados provisórios do INE e considerando os efeitos totais (diretos, indiretos e induzidos).

6. *Anexos*

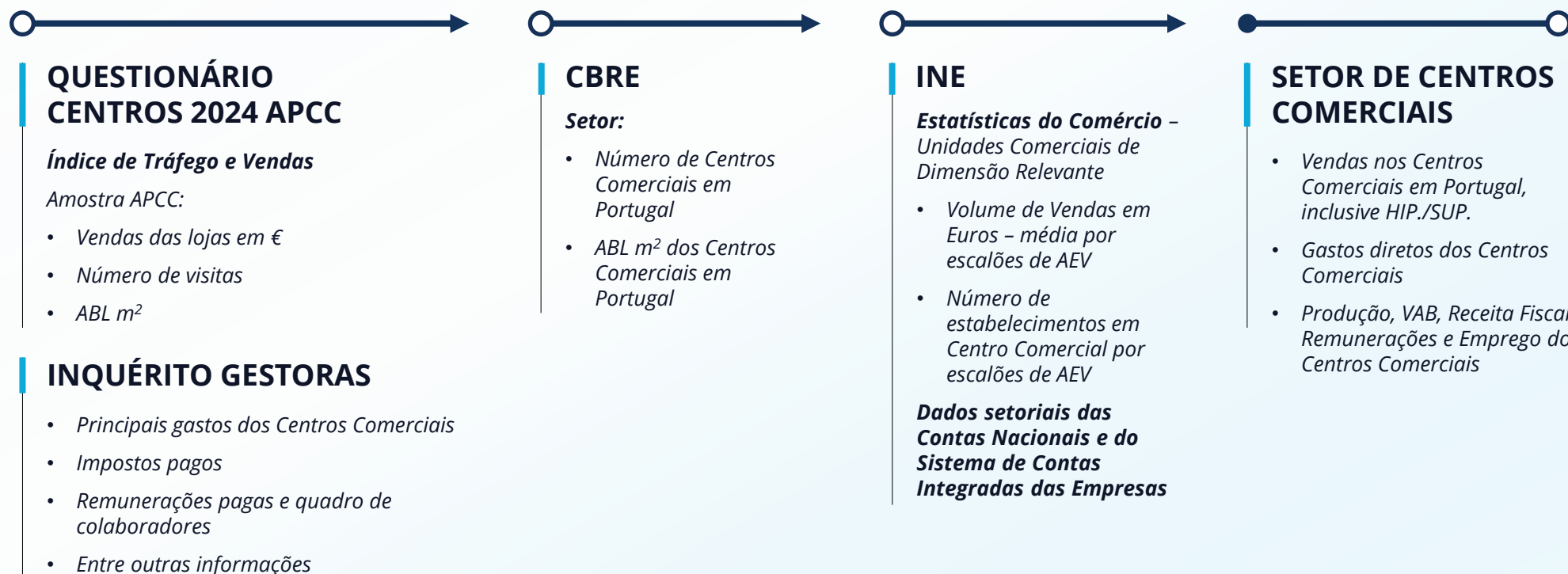
ANEXOS: METODOLOGIA

Etapas e informações consideradas para estimar o impacto económico dos **Centros Comerciais** em Portugal



ANEXOS: **METODOLOGIA**

Etapas e informações consideradas para estimar o impacto económico dos **Centros Comerciais** em Portugal



Fonte: Elaborado pela Equipa.

Nota: ABL - Área Bruta Locável. AEV - Área de Exposição e Venda.

ANEXOS: METODOLOGIA



A FERRAMENTA *eTrace* PERMITE FAZER UMA ANÁLISE DOS IMPACTOS ECONÓMICOS DIRETOS, INDIRETOS E INDUZIDOS.

Esta ferramenta tem por base uma aplicação da **análise *input-output*** (I-O) de Portugal, assim como um **processo rigoroso de recolha de dados e calibração de parâmetros chave**.

A análise *input-output* é um método tradicionalmente utilizado para caracterizar a atividade económica num dado período de tempo e para prever a **reação de um sistema económico local**, regional ou nacional a estímulos criados, por exemplo, pelo aumento do consumo na região.

A abordagem I-O na sua vertente tradicional, representa a estrutura do processo de produção de cada setor de um sistema económico através de um vetor de coeficientes estruturais, que descreve em termos quantitativos, as **relações entre os inputs que absorve e os outputs que produz**.

A **interdependência** entre os setores desse sistema é ainda descrita por um conjunto de equações lineares que expressam o equilíbrio entre o *input* total e o *output* agregado de cada bem ou serviço produzido e usado durante um ou vários períodos de tempo.

A estrutura técnica de todo o sistema pode ser representada de modo conciso por uma matriz de coeficientes técnicos I-O de todos os seus setores, constituindo simultaneamente o conjunto de parâmetros que servem de base às equações de equilíbrio e ao cálculo dos efeitos económicos.

ANEXOS: METODOLOGIA

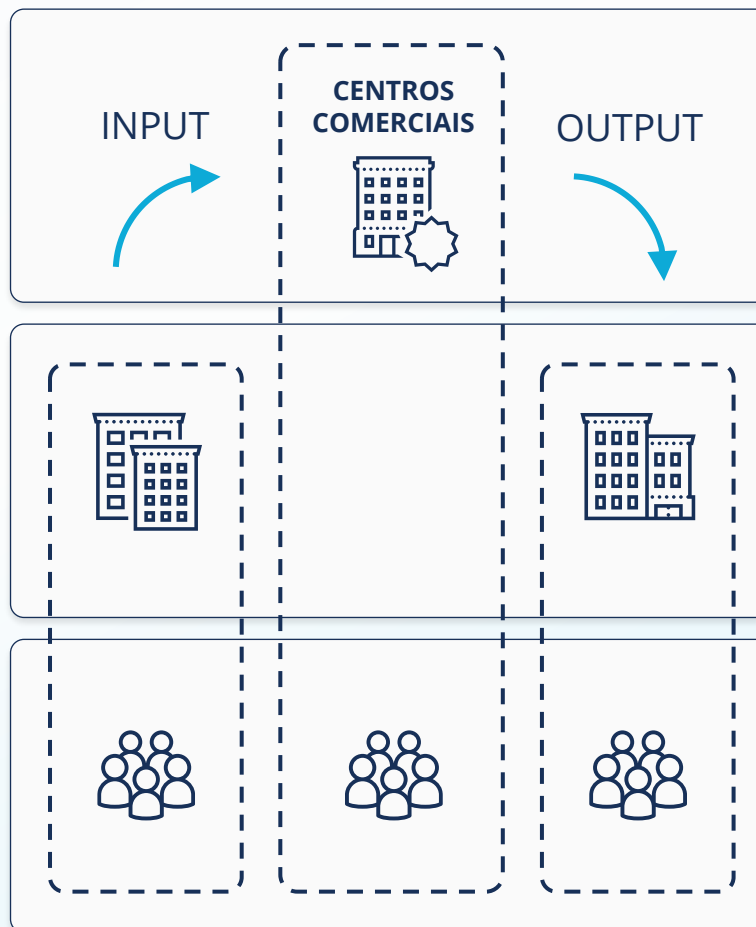
ANÁLISE DE IMPACTO: Diretos, Indiretos e Induzidos



Análise de Impacto

Análise de impacto a partir da ferramenta **eTrace** tendo como base a matriz **Input-Output** da economia Portuguesa.

Permite fazer uma análise dos **impactos económicos diretos, indiretos e induzidos**.



EFEITO TOTAL

EFEITO DIRETO

Resultado económico da atividade gerada pelos **Centros Comerciais**.

EFEITO INDIRETO

Resultado económico da atividade gerada pelas empresas que fornecem bens e serviços aos **Centros Comerciais** (*upstream*) e das que compram aos **Centros Comerciais** (*downstream*).

EFEITO INDUZIDO

Reflete o impacto económico do aumento do consumo nacional de bens e serviços por parte do fator trabalho, decorrente do crescimento de rendimento gerado pelos impactos diretos e indiretos.

ANEXOS: DEFINIÇÕES

▸ PRODUÇÃO (VALOR BRUTO DA PRODUÇÃO)

Valor dos bens e serviços produzidos durante o ano, obtido a partir do volume de negócios das empresas, ao qual se adiciona a variação da produção, os proveitos suplementares, os trabalhos para a própria empresa e os outros proveitos e ganhos operacionais. Se a empresa exercer uma atividade comercial a título principal ou secundário, as vendas de mercadorias são consideradas para o cálculo da produção, designada por margem comercial, após dedução do respetivo custo das mercadorias vendidas.

▸ VALOR ACRESCENTADO BRUTO (VAB)

Valor bruto da produção deduzido do custo das matérias-primas e de outros consumos no processo produtivo.

▸ RECEITA FISCAL*

Total das prestações pecuniárias de natureza corrente, definitivas, com carácter coercivo e unilateral, de que são beneficiários o Estado, uma Autarquia Local ou outro ente público. Constituem exemplos as receitas obtidas dos impostos sobre o rendimento, dos impostos sobre os bens e serviços, sobre o património e outros impostos.

* IVA e IRS.

** Empregos em Equivalente a Tempo Completo: obtida comparando o número médio de horas de um trabalhador com o número médio de horas de um trabalhador a tempo completo.

▸ VOLUME DE NEGÓCIOS (VN)

Quantia líquida das vendas e prestações de serviços (abrangendo as indemnizações compensatórias) respeitantes às atividades normais das entidades, consequentemente após as reduções em vendas e não incluindo nem o imposto sobre o valor acrescentado nem outros impostos diretamente relacionados com as vendas e prestações de serviços.

▸ Remunerações (CUSTOS COM O PESSOAL)

Valor que corresponde às remunerações fixas ou periódicas ao pessoal ao serviço, qualquer que seja a sua função na empresa, e os encargos sociais pagos pela empresa: pensões e prémios para pensões, encargos obrigatórios sobre remunerações, seguros de acidentes no trabalho e doenças profissionais, custos de ação social e outros custos com o pessoal (onde se incluem, basicamente, os custos de recrutamento e seleção, de formação profissional e de medicina no trabalho, os seguros de doença, as indemnizações por despedimento e os complementos facultativos de reforma).

▸ EMPREGO** (PESSOAL AO SERVIÇO)

Pessoas que, no período de referência, participaram na atividade da empresa/instituição, qualquer que tenha sido a duração dessa participação.

REFERÊNCIAS

REFERÊNCIAS

Blazy, R.; Łabuz, R. (2022). Spatial distribution and land development parameters of shopping centers based on GIS analysis: a case study on Kraków, Poland. *Sustainability* 2022, 14, 7539.

Bloch, P. H.; Ridgway, N. M.; Dawson, S. A. (1994). The shopping mall as consumer habitat. *Journal of Retailing*, 70, 1, p. 23-42.

Cardona, T. T.; Colorado, J. P. (2022). O impacto do contexto na construção de centros comerciais. Análise dos centros comerciais em Medellín e sua área metropolitana. *Seminário Internacional de Investigación en Urbanismo*.

Ferreira, D. C. (2016)/ Evolução dos centros comerciais na Área Metropolitana de Lisboa: o início do fim de um ciclo. *Cidades. Comunidades e Territórios*, 33.

Guimaraes, P. P. (2014). The prospective impact of new shopping centres on the retail structure of Braga. *Bulletin of Geography. Socio-Economic Series*, 25, p. 167-180.

Jayantha, W. M.; Chun Ming, C. (2015). The effect of urban redevelopment on retail shopping property values: a case study in Hong Kong. *International Journal of Urban Sciences*, 19, 3, p. 379-399.

Peñuela, C. M.; Calderon, F. V. S. (1999). El centro comercial como transformador del espacio urbano caso: centro comercial Plaza de las Américas. *Cuadernos De Geografía: Revista Colombiana de Geografía*, 8, 1, p. 93-113.

Roberto, A. P. (2015). Impacto socio-espacial de la implantación de centros comerciales en Bogotá DC. *Perspectiva Geográfica*, 20, 2, p. 319-338.

Sale, M. C. (2017). The Impact of a Shopping Centre on the Value of Adjacent Residential Properties. *Studies in Economics and Econometrics*, 41, 1, p. 55-72.

Sarkar, S.; Ghosh, M.; Nag, S. (2020). Transformation of commercial centres and urban development process in Global South. *Perception, Design and Ecology of the Built Environment: A Focus on the Global South*, p. 51-64.

Tozzi, M. G.; Tam, V. W.; Evangelista, A.; Chinelli, C.; Haddad, A.; Soares, C. (2024). Drivers for increasing attractiveness of commercial centers. *International Journal of Construction Management*, 24, 14, p.1569-1580.

Wilhelmsson, M.; Long, R. (2020). Impacts of shopping malls on apartment prices: the case of Stockholm. *Nordic Journal of Surveying and Real Estate Research*, 5, 29-48.

Zhang, S.; van Duijn, M.; van der Vlist, A. J. (2020). The external effects of inner-city shopping centers: Evidence from the Netherlands. *Journal of Regional Science*, 60, 4, p. 583-611.

**RELATÓRIO DO ESTUDO
PREPARADO POR:**



CONTRATADO POR:



AUTORES:

João B. Duarte
Kênia de Souza
Mário Gonçalves
Terciane Carvalho
Vinícius Vale

COORDENAÇÃO E CONTACTOS:

João B. Duarte
joao.duarte@novasbe.pt
Pedro Brinca
pedro.brinca@novasbe.pt

