



Estabelecimentos Comerciais

unidades de dimensão relevante

2005



Ano de edição **2007**



Estabelecimentos Comerciais

unidades de dimensão relevante

2005



FICHA TÉCNICA

Título

Estabelecimentos Comerciais 2005 - Unidades de Dimensão Relevante

Editor

Instituto Nacional de Estatística, I.P.
Av. António José de Almeida
1000-043 Lisboa
Portugal
Telefone: 21 842 61 00
Fax: 21 844 04 01

Presidente do Conselho Directivo

Alda de Caetano Carvalho

Capa e Composição Gráfica

Instituto Nacional de Estatística, I.P.

ISSN 1646-2467

ISBN 978-972-673-939-5

Periodicidade Anual

O INE, I.P. na Internet

www.ine.pt

Serviço de Apoio ao Cliente 808 201 808

SÍNTESE DE RESULTADOS

No ano de 2005 existiam no Continente 2 049 estabelecimentos abrangidos pelo conceito de “**unidade comercial de dimensão relevante**”, sendo 58,6% de comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar (designado aqui, por simplificação, de comércio a retalho alimentar) 35,5% de comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar (que designaremos, por simplificação, de comércio a retalho não alimentar) e 5,9% de comércio por grosso.

Dos estabelecimentos observados, 61,7% entraram em actividade entre os anos de 1991 e 2000. Após o ano de 2000 abriram 32,3% e apenas 6% haviam entrado em funcionamento em data anterior a 1991.

O **volume de negócios** realizado por este conjunto de estabelecimentos excedeu os 12 969 milhões de euros, sendo este valor quase coincidente com o volume de vendas, dado que a componente de prestação de serviço apenas representa 0,5% do volume de negócios.

Relativamente ao total do **volume de vendas**, 64,2% teve origem no comércio a retalho alimentar, 20,8% no retalho não alimentar e 15% no comércio por grosso.

Devido à própria natureza deste negócio, os estabelecimentos de comércio por grosso são apenas responsáveis por 2,1% do total das **transacções** efectuados, cabendo ao comércio a retalho alimentar a maior proporção, 82,3% das transacções realizadas.

O **número de pessoas ao serviço**, no total das UCDR, é de 76 267, na sua maioria mulheres (68,8%). O número médio de pessoas ao serviço, por estabelecimento, é de 42 pessoas no comércio a retalho alimentar, de 26 pessoas no comércio retalhista não alimentar e de 55 pessoas no comércio por grosso.

As **remunerações ilíquidas** auferidas pelo conjunto de pessoas ao serviço das UCDR totalizaram 740,6 milhões de euros, sendo a remuneração média mensal¹ mais elevada no comércio por grosso (873€), seguida pela do comércio a retalho alimentar (732€) e pela do comércio a retalho não alimentar (714€).

As 1 929 UCDR observadas no **comércio a retalho** dinamizaram um volume de negócios de cerca de 10 989 milhões de euros, dos quais 10 959 de **volume de vendas**, correspondendo 75,5% do volume de vendas às 1 202 unidades do comércio a retalho alimentar.

O **volume de vendas médio por estabelecimento** foi consideravelmente superior no caso dos estabelecimentos alimentares, 6,9 milhões de euros, contra 3,7 milhões de euros no comércio não alimentar. Em contrapartida, o **volume de vendas médio por transacção**² é bastante superior no comércio não alimentar, onde atinge um valor de 28€ contra 16€ no comércio alimentar, situação relacionada com o facto de existir um número muito superior de transacções nos estabelecimentos do comércio a retalho alimentar relativamente ao que se passa no comércio a retalho não alimentar.

A comercialização de produtos de **marca própria** foi mais relevante no retalho alimentar, quer na percentagem de estabelecimentos com produtos de marca própria (58,2% contra 35,4%), quer na percentagem de vendas de produtos de marca própria no total das vendas (10,8% contra 8,7%).

No comércio a retalho e no que se refere aos **meios de pagamento**, verifica-se que o recurso a cartões de débito e de crédito – ocorrido em 52% das vendas – suplantou a utilização dos meios de pagamento mais tradicionais – numerário e cheque – que correspondeu a 42,3% das vendas. Os cheques são o meio de pagamento menos utilizado.

Segundo os resultados apurados, o número de estabelecimentos de **comércio por grosso** em 2005 ascendia a 120, distribuídos por todo o Continente, com especial incidência no Centro, Norte e Lisboa.

As unidades grossistas asseguraram 1 940,8 milhões de euros de **volume de vendas**, apresentando um valor médio por transacção² de 147€.

As unidades em análise tinham ao serviço 6 606 **pessoas**, sendo, contrariamente ao que se passa no comércio a retalho, na sua maioria, homens (57% do total).

Na distribuição espacial das UCDR do comércio por grosso verifica-se que o Norte, Lisboa e o Centro do país concentram 84,2% do total das vendas, cabendo ao Alentejo e ao Algarve apenas 15,8%.

¹ A remuneração média mensal corresponde à remuneração média anual dividida por 14 meses.

² Não inclui IVA

In 2005 there were 2 049 mainland establishments under the concept of “**Large-sized Commercial Units**”, of which 58.6% were food retail establishments or mainly food oriented establishments (from now on referred to as food retail establishments), 35.5% were non-food retail or non-predominantly food retail establishments (from now on referred to as non-food retail establishments) and 5.9% were wholesale establishments.

Of the establishments under study, 61.7% started business between the years 1991 and 2000, 32.3% after 2000 and only 6% before 1991.

The **turnover** of these establishments exceeded 12 969 million euros, on a par with sales turnover, since the turnover of rendered services represents only 0.5% of the total turnover.

As far as the total **sales turnover** is concerned, 64.2% was originated in food retail establishments, 20.8% in non-food retail establishments and 15% in wholesale establishments.

Due to the characteristics of this business, wholesale establishments originated only 2.1% of the total number of **transactions**, while food retail establishments stood for 82.3% of the total transactions.

The **number of persons employed** in all UCDR establishments reached 76 267, of which 68.8% were women. The average number of persons employed per establishment is 42 in food retail, 26 in non-food retail and 55 in wholesale establishments.

Gross salaries earned by persons employed in UCDR establishments reached 740.6 million euros, with a higher average monthly salary¹ in wholesale (873€), followed by food retail (732€) and by non-food retail (714€).

The 1 929 UCDR establishments under observation in **retail trade** reached a turnover of 10 989 million euros, of which 10 959 of **sales turnover**, 75.5% of which correspond to the 1 202 units of food retail trade.

The **average sales turnover per establishment** was considerably higher in food establishments, 6.9 million euros, against 3.7 million euros in non-food trade. On the other hand, the **average sales turnover per transaction**² is far higher in non-food trade, reaching a value of 28€ against 16€ in food trade, reflecting the fact that there is a far higher number of transactions in food retail in relation to non-food retail.

Sales of **own brand products** reached higher figures in food retail, either in percentage of establishments selling own brand products (58.2% against 35.4%), as in percentage of own brand products in total sales (10.8% against 8.7%).

In retail trade, regarding the **means of payment**, the use of debit and credit cards – in 52% of sales – exceeded the use of more traditional means of payment – cash and cheques – that corresponded to 42.3% of sales. Cheques are the least used.

The number of wholesale establishments in 2005 was 120, distributed in the Mainland mainly in the Center, the North and Lisbon Regions.

Wholesale units totalled 1 940,8 million euros of **sales turnover**, with an average value per transaction² of 147€.

The units under observation had 6 606 **persons employed**, of which mainly men (57% of the total), contrary to retail trade.

In terms of distribution in the Mainland of wholesale UCDRs, the North, Lisbon and the Centre concentrate 84.2% of the total of sales, with Alentejo and Algarve having 15.8%.

¹ The average monthly salary refers to the average annual salary divided by 14 months

² Note: does not include V.A.T.

A presente publicação vem divulgar os principais resultados do Inquérito aos Estabelecimentos Comerciais – Unidades de Dimensão Relevante, realizado no Continente, e relativos a 2005.

O Inquérito aos Estabelecimentos Comerciais teve início em 1993, com a inquirição das Grandes Superfícies Retalhistas Alimentares – estabelecimentos com superfície de venda igual ou superior a 2 000 m², alargado depois aos estabelecimentos com superfície de venda igual ou superior a 1 000 m², caso se situassem em concelhos com menos de 30 000 habitantes, tal como passaram a ser definidas no DL n.º 83/95 de 26 de Abril.

A legislação portuguesa que regula o licenciamento dos estabelecimentos comerciais foi sofrendo alterações ao longo do tempo, tendo introduzido o conceito de “Unidades Comerciais de Dimensão Relevante” (UCDR) com o DL n.º 218/97, de 20 de Agosto. Com este conceito passou a considerar-se, para efeitos de licenciamento, não só a área individual de cada estabelecimento, mas também a área acumulada dos estabelecimentos pertencentes a uma mesma empresa, ou grupo económico. Adicionalmente, para além dos estabelecimentos do comércio a retalho alimentar, passou a incidir também sobre os do retalho não alimentar, bem como sobre os estabelecimentos do comércio grossista. Nessa sequência, o inquérito em 2000 e em 2001 adoptou este conceito de UCDR, tendo contudo sido suspensa a sua realização no ano de 2003.

O INE decidiu reactivar o inquérito em 2005, dando-lhe continuidade em 2006 e, apesar de já não se encontrar em vigor a legislação que introduziu o conceito de UCDR, manteve-o, por se entender que se mantém válido enquanto delimitador de um universo distinto no conjunto dos estabelecimentos comerciais que continua, do ponto de vista económico, a fazer sentido acompanhar, não obstante as alterações legislativas entretanto ocorridas. Considera-se ainda vantajoso que a estabilidade das séries estatísticas não seja condicionada pela legislação em vigor. Espera-se, desse modo, que a informação estatística produzida permita acompanhar diferentes dimensões de uma mesma realidade, indo ao encontro das necessidades dos diversos utilizadores.

Salienta-se ainda que, depois do hiato de 2 anos sem inquirição, as respostas obtidas no inquérito realizado em 2005 (com referência a 2004) permitiram proceder a uma nova actualização do universo de estabelecimentos. No caso das UCDR do comércio por grosso, procederam-se a revisões dos resultados relativos a 2004, assegurando deste modo a comparabilidade dos dados, razão pela qual se apresentam nesta publicação os respectivos quadros, com os resultados definitivos relativos a 2004.

Finalmente, o INE agradece a colaboração de todas as entidades que responderam prontamente ao questionário que lhes foi enviado e que, desse modo, tornaram possível a difusão de informação desta publicação, bem como solicita e agradece antecipadamente todas as sugestões que permitam a melhoria do presente inquérito.



SIMBOLOGIA

SINAIS CONVENCIONAIS

...	=	Valor confidencial
x	=	Valor não disponível
Θ	=	Valor inferior a metade do módulo da unidade utilizada
//	=	Não aplicável
$\perp$	=	Quebra de série / comparabilidade
f	=	Valor previsto
P_e	=	Valor preliminar
P_o	=	Valor provisório
R_c	=	Valor rectificado
R_v	=	Valor revisto
$\S$	=	Valor com coeficiente de variação elevado

NOTA - Por razões de arredondamento, os totais podem não corresponder à soma das parcelas

SIGLAS E ABREVIATURAS

AEV	=	Área de Exposição e Venda
CAE	=	Classificação das Actividades Económicas Revisão 2.1
NUTS	=	Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos
nº	=	Número
n. e.	=	Não especificado
€	=	Euros
VVN	=	Volume de Negócios
m²	=	Metros quadrados

Síntese de Resultados	3
Nota Introdutória	5
Simbologia	6
1. Análise de Resultados	9
1.1 Resultados Globais	11
1.2 Análise Sectorial	13
1.2.1 Comércio a retalho	13
1.2.1.1 Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar	15
1.2.1.1.1 Caracterização dos estabelecimentos	15
1.2.1.1.2 Volume de vendas e outras variáveis relacionadas	18
1.2.1.2 Comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar	21
1.2.1.2.1 Caracterização dos estabelecimentos	21
1.2.1.2.2 Volume de vendas e outras variáveis relacionadas	24
1.2.2 Comércio por grosso	26
1.2.2.1 Caracterização dos estabelecimentos	26
1.2.2.2 Volume de Vendas e outras variáveis relacionadas	28
2. Quadros de Resultados	31
3. Metodologia, Conceitos, Nomenclaturas e Classificações	59
4. Instrumentos de Notação	69



Análise de Resultados

1.1 RESULTADOS GLOBAIS

No ano de 2005 existiam 2 049 estabelecimentos abrangidos pelo conceito de “unidade comercial de dimensão relevante”, sendo 58,6% de comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar (designado aqui, por simplificação, de comércio a retalho alimentar), 35,5% de comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar (que designaremos, por simplificação, de comércio a retalho não alimentar) e 5,9% de comércio por grosso. Relativamente a 2004 registou-se um aumento de 4,1 p.p. (pontos percentuais) na importância relativa do número de estabelecimentos do retalho não alimentar, a par da diminuição dos pesos relativos dos estabelecimentos de comércio a retalho alimentar e dos estabelecimentos do comércio por grosso, em 2,7 p.p. e 1,4 p.p., respectivamente. Estas alterações decorreram, em parte, da criação de novos estabelecimentos e também do aumento do número de estabelecimentos recenseados, em resultado da actualização processada no universo de estabelecimentos abrangidos.

Quadro I

UCDR - Principais resultados e alguns indicadores					
2005					
Variáveis/Indicadores	Unidade	Total (Continente)	Comércio a retalho		Comércio por grosso
			Alimentar ou com predominância alimentar	Não alimentar ou sem predominância alimentar	
Nº estabelecimentos	nº	2 049	1 202	727	120
Área de Exposição e Venda					
Total	m²	2 446 202	1 339 365	688 636	418 201
Média	m²	1 194	1 114	947	3 485
Nº de Pessoas ao Serviço					
Total	nº	76 267	50 563	19 098	6 606
Do qual:					
A tempo completo	nº	58 009	37 193	14 482	6 334
Do género feminino	nº	52 478	37 460	12 180	2 838
Média por estabelecimento	nº	37	42	26	55
Nº de horas abertas ao público					
Total	h	8 619 826	4 913 756	3 273 103	432 968
Média anual por estabelecimento (a)	h	4 207	4 088	4 502	3 608
Média diária por estabelecimento	h	12	11	12	10
Volume de Negócios	10 ³ €	12 969 224	8 281 168	2 707 844	1 980 212
Volume de Vendas					
Total	10 ³ €	12 899 432	8 271 018	2 687 626	1 940 787
Média por estabelecimento	10 ³ €	6 295	6 881	3 697	16 173
Média por m² de AEV	€	5 273	6 175	3 903	4 641
Remunerações Ilíquidas					
Total	10 ³ €	740 596	471 662	185 920	83 014
Média anual por pessoa ao serviço (a)	€	10 271	10 244	9 996	12 216
Média mensal por pessoa ao serviço	€	734	732	714	873
Número de transacções					
Total	nº	619 575 492	509 584 000	96 786 443	13 205 049
Média por estabelecimento	nº	302 379	423 947	133 131	110 042
Média por m² de AEV	nº	253	380	141	32
Volume de Vendas Médio por transacção	€	21	16	28	147

(a) - Tomando como base o funcionamento de todos os estabelecimentos durante um ano completo

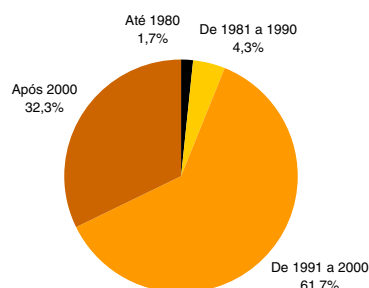
Dos 2 049 estabelecimentos observados, 61,7% entraram em actividade entre os anos de 1991 e 2000. Após o ano de 2000 abriram 32,3% e apenas 6% haviam entrado em funcionamento em data anterior a 1991.

O volume de negócios realizado por este conjunto de estabelecimentos excedeu os 12 969 milhões de euros, sendo este valor quase coincidente com o volume de vendas, dado que a componente de prestação de serviço apenas representa 0,5% do volume de negócios.

Quando comparado com 2004, o volume de negócios total apresenta um crescimento de cerca de 12,2%, fruto do comportamento da componente do comércio a retalho alimentar (+8,5%) e não alimentar (+43,4%), sendo de assinalar que o comércio a retalho não alimentar foi o que sofreu o maior acréscimo

Figura 1

Unidades Comerciais de Dimensão Relevante - Distribuição do nº de estabelecimentos, segundo o ano de abertura, por escalões de anos -



no número de estabelecimentos novos, não tendo registado encerramentos (o número de estabelecimentos aumentou 37,4%, face a 2004). No comércio por grosso verificou-se um decréscimo no volume de negócios de 3,3%, em parte associado ao decréscimo verificado no número de estabelecimentos.

Relativamente ao total do volume de vendas, 64,2 % teve origem no comércio a retalho alimentar, 20,8% no retalho não alimentar e 15% no comércio por grosso. Quando comparado com o ano de 2004, verifica-se uma perda de importância relativa do comércio por grosso (-2,4 p.p.) e do comércio alimentar (-2,2 p.p.), em favor do comércio a retalho não alimentar (+4,6 p.p.).

Devido à própria natureza deste negócio, os estabelecimentos de comércio por grosso são apenas responsáveis por 2,1% do total das transacções efectuadas, valor semelhante ao de 2004. Ao comércio alimentar cabe a maior proporção, 82,3% das transacções efectuadas. Ainda assim esta última categoria reduziu o seu peso relativo, quando comparado com o ano de 2004, em favor dos estabelecimentos de comércio não alimentar, que passaram de 11,8% para 15,6% do total das transacções efectuadas.

O valor médio das transacções (volume de vendas médio por transacção¹) diminuiu em todas as categorias de estabelecimentos analisados, entre 2004 e 2005, mantendo-se o comércio por grosso com o mais elevado (147€), embora com um decréscimo de 21%, face ao ano anterior. Os estabelecimentos a retalho alimentar e não alimentar apresentam um valor médio por transacção de 16€ e 28€ respectivamente, a que corresponde um decréscimo de 5,9% e 6,7% quando comparado com o ano de 2004. Esta situação não será alheia ao facto de o ano de 2005 se ter caracterizado por um contexto desfavorável na economia portuguesa, com desacelerações quer ao nível da procura interna, quer da procura externa, salientando-se o acentuado abrandamento do investimento; esta situação enquadra e condiciona necessariamente toda a análise efectuada aos resultados apresentados nesta publicação.

O número de pessoas ao serviço no total das UCDR é de 76 267, verificando-se um aumento de 15,9% em relação a 2004. As mulheres constituem a maioria das pessoas ao serviço (68,8%). O número de mulheres a trabalhar no conjunto das UCDR aumentou em todos os subsectores considerados, relativamente ao ano anterior, continuando todavia a ser minoritárias no comércio por grosso, 43%. No comércio retalhista a sua importância relativa é muito acentuada, 71,3%.

A importância relativa do número de pessoas ao serviço a tempo completo aumentou, embora de forma marginal (+0,2 p.p.), de 2004 para 2005, representando neste último ano 76,1% do número total de pessoas ao serviço.

Figura 2

Unidades Comerciais de Dimensão Relevante - Distribuição do volume de vendas, segundo a actividade -

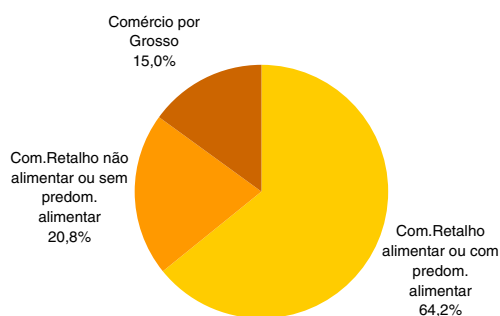
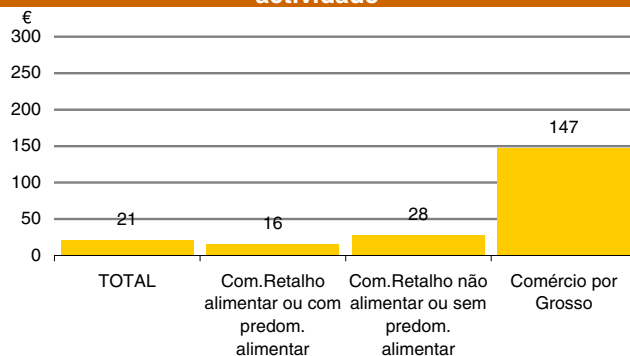


Figura 3

Unidades Comerciais de Dimensão Relevante - Volume vendas médio por transacção, segundo a actividade -



¹ Não inclui IVA

Este reduzido aumento teve o contributo do comércio retalhista não alimentar e do comércio por grosso, já que apenas a importância relativa do número de pessoas ao serviço a tempo completo do comércio retalhista alimentar registou um ligeiro decréscimo (-0,1 p.p.).

Ainda relativamente ao número de pessoas ao serviço, deverá salientar-se o reforço da importância relativa do comércio não alimentar que empregou, em 2005, 25% do total (mais 4,8 p.p. do que em 2004).

O número médio, por estabelecimento, de pessoas ao serviço decresceu de 2004 para 2005, influenciado pelo decréscimo verificado no segmento do comércio alimentar de 45 para 42 pessoas. Nas unidades do retalho não alimentar registou-se um ligeiro acréscimo, tendo passado de 25 para 26 pessoas e nas unidades do comércio por grosso de 53 para 55 pessoas.

As remunerações ilíquidas auferidas pelo conjunto de pessoas ao serviço das UCDR totalizaram 740,6 milhões de euros, tendo esta variável sido sujeita, em 2005, a um ajustamento metodológico, razão pela qual não se apresentam comparações homólogas. A remuneração média mensal mais elevada registou-se no comércio por grosso (873€), seguida da registada no retalho alimentar (732€), sendo a do retalho não alimentar inferior (714€).

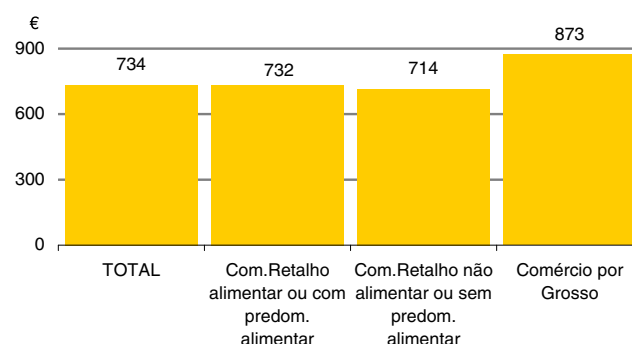
Figura 4

Unidades Comerciais de Dimensão Relevante - Distribuição do nº de pessoas ao serviço, segundo a actividade -



Figura 5

Unidades Comerciais de Dimensão Relevante - Remuneração média mensal, por pessoa, segundo a actividade -



1.2 ANÁLISE SECTORIAL

1.2.1 Comércio a retalho

As 1 929 UCDR observadas no comércio a retalho dinamizaram um volume de negócios de cerca de 10 989 milhões de euros, dos quais 10 959 de volume de vendas. O contributo das prestações de serviços é bastante reduzido e foi, à semelhança do observado em 2004, superior no comércio não alimentar, representando 0,7% do volume de negócios, enquanto no comércio alimentar apenas representou 0,1%.

Às 1 202 unidades do comércio alimentar, correspondem 75,5% do volume de vendas do total do comércio a retalho. O volume de vendas médio, por estabelecimento, foi consideravelmente superior no caso dos estabelecimentos alimentares, 6,9 milhões de euros, contra 3,7 milhões de euros no comércio não alimentar. Em contrapartida, o volume de vendas médio por transacção² é bastante superior no comércio não alimentar,

² Não inclui IVA

onde atinge um valor de 28€ contra 16€ no comércio alimentar, situação relacionada com o facto de existir um número muito superior de transacções médias nos estabelecimentos do comércio alimentar relativamente ao que se passa no comércio não alimentar.

Da análise dos resultados apurados, segundo os escalões de área de exposição e venda, resulta uma maior relevância do volume de vendas nos escalões de 400 a 999 m², nos de 1 000 a 1 999 m² e nos de mais de 8 000 m², que no total perfazem 76,9% do volume de vendas total. Já quanto ao número de estabelecimentos, concentram-se nos três primeiros escalões, ou seja abaixo dos 2 000 m², 92,2% do total dos estabelecimentos. Se no retalho alimentar, embora com um número reduzido de estabelecimentos (2,9% do total), o último escalão (acima de 8 000 m²) é aquele que apresenta uma maior concentração do volume de vendas (27,2%), já no caso do retalho não alimentar é o escalão de 1000 a 1999 m² que assegura 42,5% do total do volume de vendas.

Segundo os dados apurados para 2005 registou-se, relativamente a 2004, uma diminuição do número de estabelecimentos com comercialização de produtos de marca própria, com maior relevância no comércio a retalho alimentar.

Todavia quando analisada a parte das vendas que corresponde a produtos de marca própria verifica-se que a evolução se deu em sentido oposto, ou seja, no comércio a retalho alimentar essa percentagem baixou de 14,9% em 2004 para 10,8% em 2005; no comércio a retalho não alimentar verifica-se um crescimento desta componente, tendo evoluído de 5,4% para 8,7% no mesmo espaço temporal.

Relativamente aos meios de pagamento utilizados no comércio a retalho, à semelhança do ano anterior, o recurso a cartões de débito e de crédito – ocorrido em 52% das vendas – suplantou a utilização dos meios de pagamento mais tradicionais – numerário e cheque – que correspondeu a 42,3% das vendas. Verificou-se contudo, comparativamente a 2004, um aumento da importância relativa da utilização de cartões de débito em detrimento da utilização de cartões de crédito, sobretudo no comércio a retalho alimentar.

Nas unidades retalhistas, o pessoal ao serviço ascendeu a 69 661 indivíduos, constatando-se que, destes, 72,6% trabalhavam no comércio alimentar. Tanto no retalho alimentar como no não alimentar predominou o género feminino, embora de forma mais intensa no retalho alimentar (74,1% contra 63,8% no não alimentar). A percentagem de pessoas que trabalharam a tempo incompleto situou-se em 26,4% e 24,2%, respectivamente, no retalho alimentar e não alimentar, valores muito semelhantes aos verificados em 2004.

A remuneração média mensal por pessoa³ no comércio não alimentar foi de 714€, ligeiramente abaixo do verificado no ramo alimentar, 732€.

Figura 6

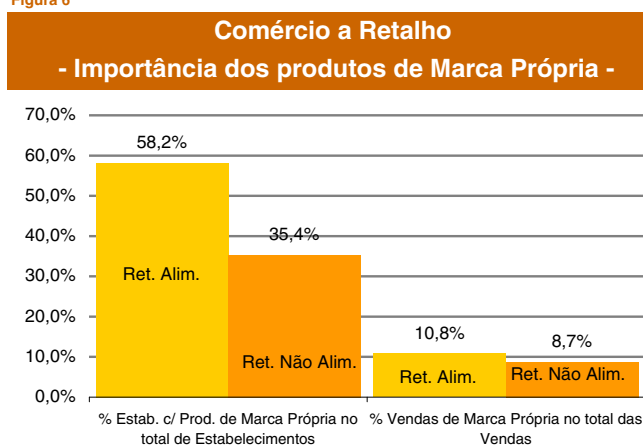
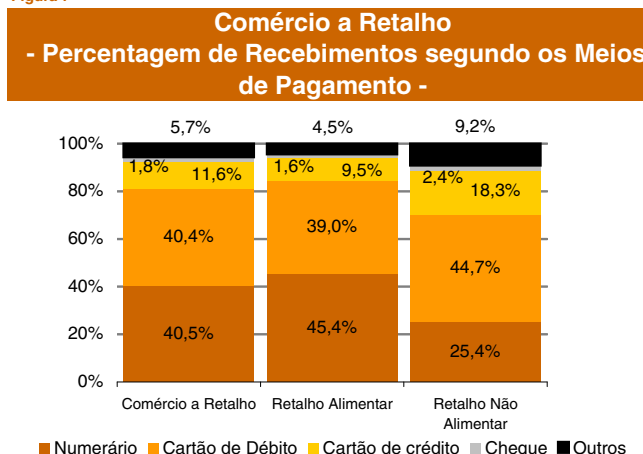


Figura 7



³ A remuneração média mensal corresponde à remuneração média anual dividida por 14 meses.

Horas de abertura ao público

Em termos médios, cada UCDR em 2005 esteve aberta ao público 4 088 horas no retalho alimentar e 4 502 no retalho não alimentar, o que se traduziu numa média diária de 11 e 12 horas, respectivamente, sendo estes últimos valores rigorosamente iguais aos verificados em 2004. Relativamente aos horários de abertura, verifica-se que os valores encontrados aproximam-se do verificado em 2004, assim 89,8% dos estabelecimentos de retalho alimentar abriram antes das 9 horas, enquanto apenas 39,2% dos não alimentares o faziam. Quanto à hora de encerramento passa-se o contrário, com apenas 10,2% dos estabelecimentos do ramo alimentar a encerrar após as 21 horas, contra 77,9% dos não alimentares.

Relativamente à localização dos estabelecimentos constata-se que no comércio não alimentar 74,3% se situam em centros comerciais, ao passo que para o comércio alimentar essa percentagem é de apenas 21,4%. Em qualquer dos casos se observa uma maior concentração dos estabelecimentos em centros comerciais relativamente a 2004, para os não alimentares a diferença é de 10,3 p.p. e para os alimentares é de 5,3 p.p.. Registou-se igualmente um acréscimo, quando comparado com 2004, no número de estabelecimentos que dispõem de parque de estacionamento. Mantém-se uma maior concentração de parques de estacionamento disponibilizados pelos estabelecimentos do comércio não alimentar (67,3%, contra 56,2% do comércio alimentar (quadros 24 e 40)), o que também está associado à maior proporção de UCDR de retalho não alimentar localizadas em centros comerciais, habitualmente equipados com parque de estacionamento.

1.2.1.1 Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar

1.2.1.1.1 Caracterização dos estabelecimentos

Distribuição geográfica

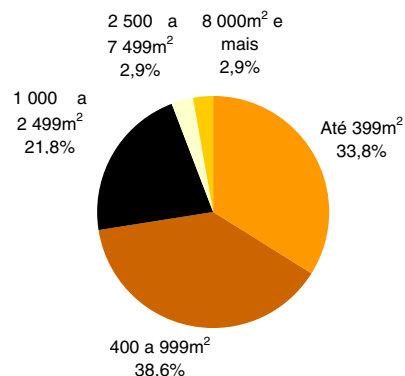
No comércio a retalho alimentar, estiveram em actividade em 2005, 1 202 estabelecimentos que se distribuíram no território da seguinte forma: 32,9% em Lisboa, 28,2% no Norte, 20,5% no Centro, 10,6% no Algarve e no Alentejo 7,8%.

A área de exposição e vendas (AEV) deste conjunto de unidades atingiu em 2005 os 1 339 365 m², um valor superior em 12,2% ao do ano anterior. Todavia a AEV média apresenta o valor de 1 114 m² para 2005, inferior aos 1 157 m² registado em 2004. A região de Lisboa, que relativamente a AEV, liderava em 2004, passou em 2005 para 2º lugar, passando essa liderança a ser ocupada pelo Norte, embora por escassa margem, 31,7% para Lisboa contra 32,5% para o Norte.

A distribuição dos estabelecimentos de retalho alimentar concentra-se fortemente nas dimensões dos escalões mais baixos, tendo 72,4% do total uma dimensão abaixo dos 1 000 m².

Figura 8

Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar
- Distribuição do número de estabelecimentos, por escalões de AEV -



Quanto à distribuição dos estabelecimentos pelo território continental, constata-se que o Norte detendo a maior proporção da população, acumula igualmente a maior área de exposição e venda e o valor mais elevado de população residente por m² de AEV.

A Lisboa cabe o maior número de estabelecimentos, assim como a maior percentagem do volume de vendas. O caso do Algarve, em que o número de estabelecimentos representa uma proporção muito superior àquela que representa a população residente, explica-se pelo fenómeno da sazonalidade turística característica desta região.

Horas de abertura ao público

Nos estabelecimentos de retalho alimentar, o número médio de horas de abertura anual ao público foi de 4 088 por estabelecimento, superior em 65 horas ao valor de 2004. A média diária por estabelecimento, de segunda a quinta-feira, apresenta-se diferenciada, verificando-se uma correlação positiva entre a dimensão e o número de horas de abertura ao público. Os estabelecimentos com uma área de exposição e venda inferior a 400 m² abrem em média 11 horas por dia, os estabelecimentos com dimensão entre 400 e 999 m² abrem em média 12 horas, a partir dos 1 000 e até aos 2 499 m² abrem 13 horas, enquanto os que superam essa área abrem em média 14 horas, sendo nos escalões de maior dimensão que a proporção de estabelecimentos abertos para além das 21 horas é também maior.

Relativamente ao horário de abertura⁴ verifica-se que a larga maioria dos estabelecimentos abriu antes das 9 horas, independentemente da dimensão do estabelecimento. Quanto ao horário de encerramento⁴ é visível uma linha fracturante ao nível dos 2 000 m², os estabelecimentos com área inferior fecham maioritariamente até às 21 horas, os de dimensão superior encerram maioritariamente após as 21 horas.

A partir da dimensão de AEV superior a 2 000 m² a quase totalidade dos estabelecimentos encerram após as 21 horas.

⁴ Considerou-se nesta análise o horário de segunda a quinta-feira, os dias da semana em que os horários de funcionamento são mais directamente comparáveis para a globalidade das unidades.

Figura 9

Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar - Alguns indicadores relacionados com a população residente, por NUTS II -

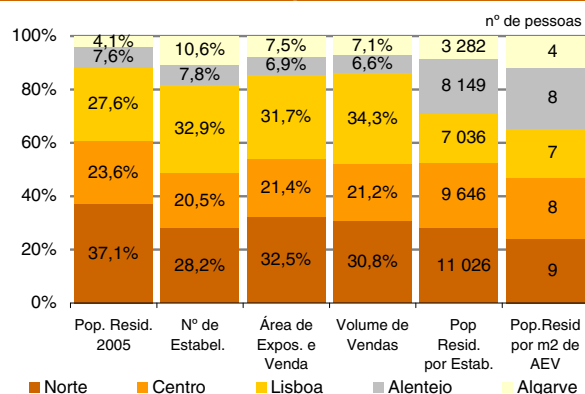


Figura 10

Comércio a Retalho alimentar ou com predominância alimentar - Número médio diário de horas de abertura ao público, segundo os escalões de AEV - (a)

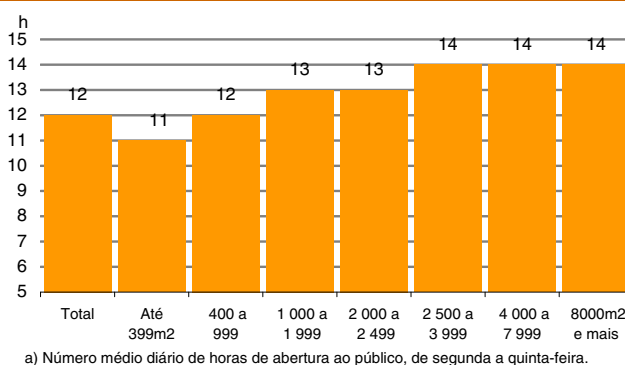
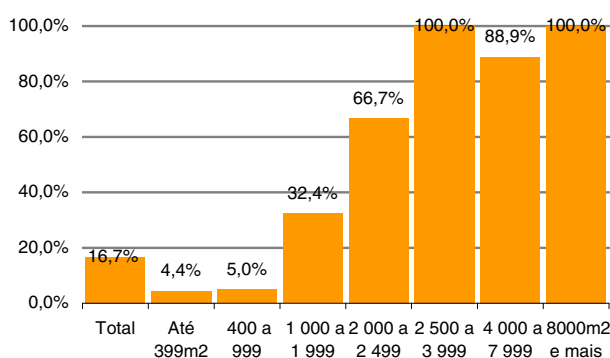


Figura 11

Comércio a Retalho alimentar ou com predominância alimentar - Percentagem de estabelecimentos que encerram depois das 21h, no total de estabelecimentos, por escalões de AEV -



Pessoal ao serviço e remunerações

O comércio a retalho alimentar empregou, em 2005, 50 563 pessoas, sendo 74,1% do género feminino. Estes valores traduzem um crescimento de 9,6% do emprego e a mais 1,5 p.p. de representatividade do género feminino, relativamente ao ano anterior.

O número médio de pessoas ao serviço, por estabelecimento, situou-se em 42 pessoas, variando bastante consoante a dimensão dos estabelecimentos. Regista-se uma correlação positiva entre a dimensão dos estabelecimentos e o número de pessoas que empregam, sendo o número médio de 7 para as unidades inferiores a 400 m² e de 385 para aqueles que dispõem de mais de 8 000 m².

No sector do comércio a retalho alimentar, 73,6% das pessoas ao serviço trabalharam a tempo completo. Nas unidades de menor dimensão esse valor chegou aos 95,1%, sendo por isso bastante baixa a percentagem dos que trabalharam a tempo incompleto. Contudo, acima dessa dimensão, essa forma de emprego ganha expressão, apresentando-se sempre superior a 23% para todos os escalões, com o ponto máximo no escalão entre 2 000 e 2 499 m², onde atinge a percentagem de 32,8%.

O total de remunerações pagas ascendeu a 471,7 milhões de euros, o que corresponde a uma remuneração média mensal⁵ de 732€.

Da análise regional das remunerações médias, regista-se um valor inferior no Norte (715€) e um valor máximo no Algarve (793€).

Analisando as remunerações médias segundo a dimensão dos estabelecimentos, verifica-se que estas variam entre 634€, nas unidades com dimensão de 2 000 a 2 499 m², e 771€, nas unidades com AEV entre 4 000 e 7 999 m².

Figura 12

Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar - Distribuição do pessoal ao serviço, segundo a duração do trabalho, por escalões de AEV -

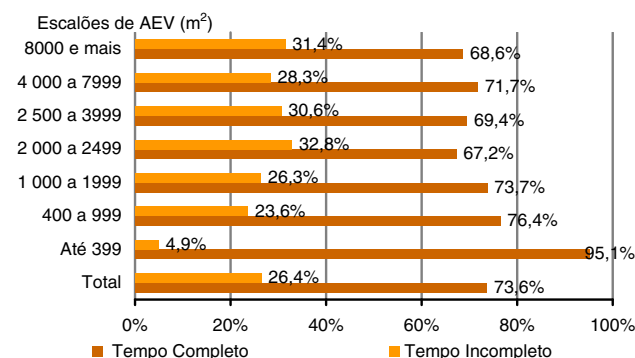


Figura 13

Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar - Remunerações médias mensais, por NUTS II -

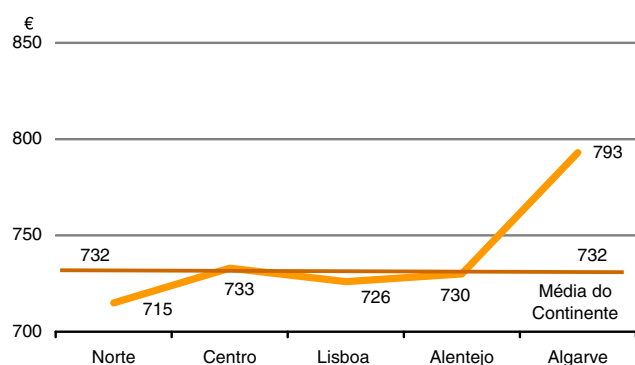
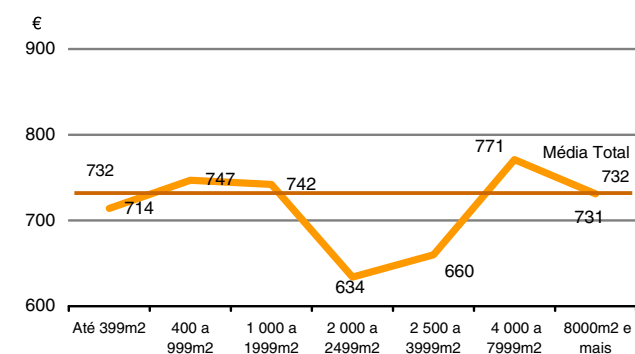


Figura 14

Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar - Remunerações médias mensais, por escalões de AEV -



⁵ A remuneração média mensal corresponde à remuneração média anual dividida por 14 meses

1.2.1.1.2 Volume de vendas e outras variáveis relacionadas

Volume de vendas

O Volume de vendas nas UCDR do retalho alimentar, no ano de 2005, ascendeu a 8 271 milhões de euros, 8,6% superior ao valor de 2004. O volume de vendas médio por estabelecimento situou-se em cerca de 6,9 milhões de euros, valor inferior em 0,5 milhões de euros relativamente a 2004, reflectindo, por um lado, a desaceleração a que se assistiu em 2005 nas vendas do comércio a retalho e, por outro, a forte concorrência e o estado de elevada maturação associados a este segmento do retalho.

O volume de vendas teve origem em cerca de 510 milhões de transacções, sendo o volume de vendas médio por transacção⁶ de 16€. Comparado com o ano de 2004 registou-se um maior número de transacções (+ 61 milhões).

A distribuição do volume de vendas ao nível regional mostra a concentração em Lisboa e no Norte, seguido do Centro e com menor expressão no Algarve e no Alentejo, numa distribuição em tudo semelhante à distribuição regional dos estabelecimentos.

Observando a distribuição do volume de vendas pelos escalões de AEV, verifica-se que os estabelecimentos com dimensões entre os 400 e os 2 499 m², são responsáveis por 54% do volume de vendas do comércio a retalho alimentar e correspondem a 60,4% do total das unidades. Os estabelecimentos de menor dimensão, muito embora constituam 33,8% do total das unidades em causa, respondem apenas por 6,7% do volume de vendas. Em contrapartida, as unidades acima de 8 000 m², que correspondem apenas a 2,9% do total dos estabelecimentos, são responsáveis por 27,3% do volume de vendas gerado no sector.

Este resultado reflecte que o volume de vendas médio por estabelecimento se apresenta crescente à medida que aumenta a área dos estabelecimentos, sendo o volume de vendas médio no escalão mais elevado, cerca de 47 vezes superior, ao do escalão mais baixo.

Figura 15

Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar - Distribuição do Volume de Vendas, por NUTS II -

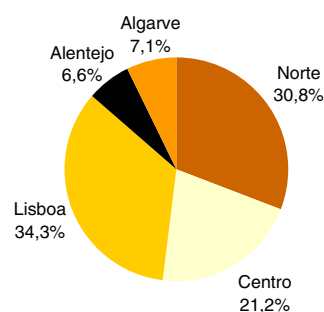
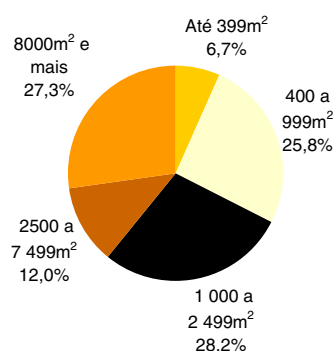


Figura 16

Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar - Distribuição do Volume de Vendas, por escalões de AEV -



⁶ Volume de vendas médio por transacção (não inclui IVA)

Quadro II

UCDR - Número de transacções e Vendas médias em estabelecimentos do Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar, por escalões de AEV				
2005		Unidade: €		
Escalões de AEV	Volume de Vendas médio por estabelecimento	Volume de Vendas médio por m ² de AEV	Número médio de transacções por estabelecimento	Volume de Vendas médio por transacção (a)
Total (Continente)	6 881 047	6 175	423 947	16
Até 399 m ²	1 357 867	5 641	197 124	7
De 400 a 999 m ²	4 597 468	6 091	360 923	13
De 1 000 a 1 999 m ²	8 512 621	5 798	513 724	17
De 2 000 a 2 499 m ²	13 922 056	6 656	1 054 277	13
De 2 500 a 3 999 m ²	23 199 441	7 010	913 950	25
De 4 000 a 7 999 m ²	33 057 562	6 189	1 294 578	26
8 000 m ² e mais	64 376 216	6 603	2 208 462	29

(a) - Não inclui IVA

Volume de Vendas por Categoria de Produtos

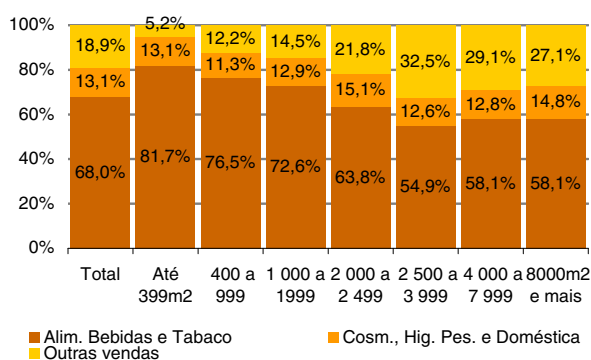
As vendas de produtos alimentares, bebidas e tabaco ascenderam a cerca de 5 629 milhões de euros, correspondendo a 68,1% do total das vendas do comércio a retalho alimentar.

A importância da venda deste tipo de bens é mais elevada do que a média, nas unidades até 1 999 m². O peso mais baixo dos bens alimentares, bebidas e tabaco ocorre nos estabelecimentos entre 2 500 e 3 999 m². À semelhança do observado em 2004, a importância relativa das vendas de bens alimentares, bebidas e tabaco tende a revelar-se inversamente proporcional à dimensão dos estabelecimentos, o que estará relacionado com a maior oferta de outras categorias de bens, nos estabelecimentos de maior dimensão.

Por categorias de produtos (Quadro 17 - capítulo 2) destacam-se, dentro dos produtos alimentares, os lacticínios (Leite e seus derivados e ovos), carne e produtos à base de carne e frutos e produtos hortícolas, que representaram 13,4%, 9,1% e 7,3% do volume de vendas. De entre os produtos não alimentares, merecem referência os produtos de cosmética e de higiene pessoal, os produtos de limpeza e similares para uso doméstico e o mobiliário e outros artigos para uso doméstico, com respectivamente 7,5%, 5,6% 3,2%.

Figura 17

Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar - Vendas por grandes agrupamentos de produtos, segundo os escalões de AEV -



Produtos de marca própria

As vendas de produtos de marca própria representaram, no ano de 2005, cerca de 10,8% do total das vendas das UCDR de retalho alimentar. A venda deste tipo de produtos ocorreu em 58,2% dos estabelecimentos. Nas unidades do retalho alimentar que comercializam produtos de marca própria, a venda desses produtos representou 15,5% do total das vendas desses estabelecimentos.

As vendas de produtos de marca própria foram particularmente importantes nas unidades de menor dimensão, onde representaram 36,1% do total das vendas. Nas unidades de dimensão intermédia o peso destes produtos foi comparativamente menor e nos dois escalões superiores apresenta valores um pouco superiores (10,6% e 10,5%), ainda assim muito longe do que se verifica no primeiro escalão considerado, o que poderá também estar relacionado com a comercialização de um menor número de produtos distintos (menor número de referências), nos estabelecimentos de menor dimensão.

A venda de produtos de marca própria assumiu maior importância nas regiões de Lisboa e do Norte, 13,7% e 11% respectivamente. Nas outras três regiões os pesos relativos não se apresentam muito distanciados, sendo de 7,4% no Alentejo, seguido do Algarve e do Centro, com 7,9% e 8%, respectivamente.

Meios de pagamento

No retalho alimentar, os cartões de crédito e de débito (48,5%) constituíram o meio de pagamento mais utilizado. Os meios mais tradicionais de pagamento, numerário e cheque, foram usados em 47% das vendas realizadas.

Constata-se uma relação inversa entre a dimensão dos estabelecimentos e a utilização de numerário, de 76,2% nas unidades de menor dimensão até 26,2% nas maiores unidades.

Figura 18

Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar - % Vendas de produtos de Marca Própria no total de vendas, por escalões de AEV -

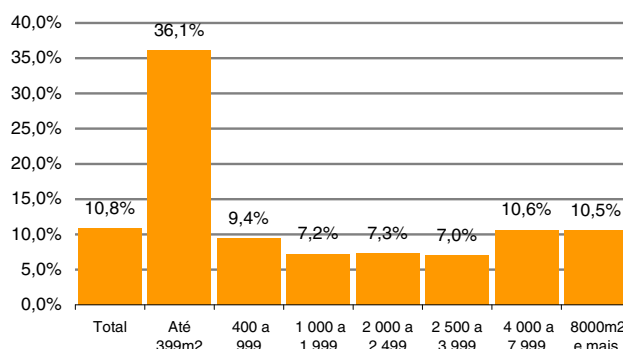


Figura 19

Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar - % Vendas de produtos de Marca Própria no total de vendas, por NUTS II

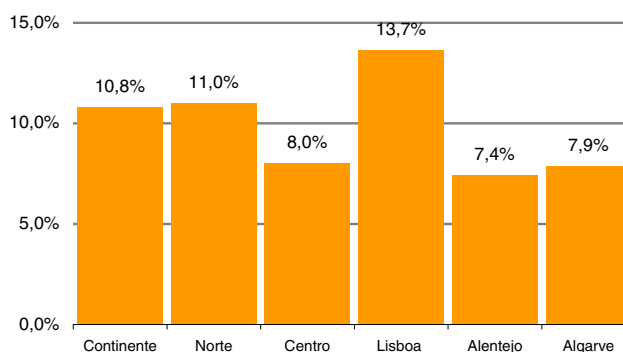
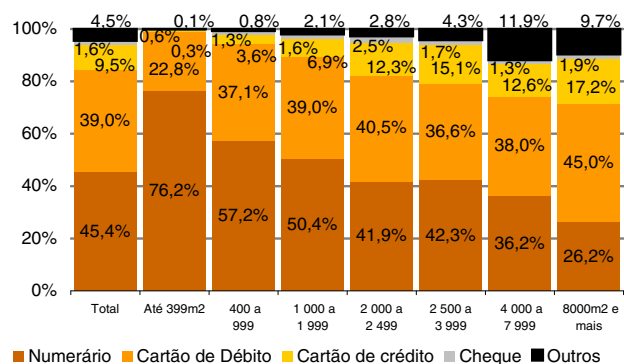


Figura 20

Comércio a Retalho alimentar ou com predominância alimentar - Meios de Pagamento, segundo os escalões de AEV -



A utilização dos cartões de crédito e de débito cresce, embora não de forma linear com a dimensão das unidades de venda: nos estabelecimentos de mais de 8 000 m² são utilizados em 62,2% das vendas realizadas. A utilização do cheque, sendo já pouco expressiva, indicia uma tendência de decréscimo, já que entre 2005 e 2004 a sua importância baixou nos estabelecimentos de todas as dimensões.

Os outros meios de pagamento, que no total representam 4,5% e que são particularmente expressivos nos dois escalões de maior dimensão, relacionam-se certamente com a disponibilização de cartões próprios das empresas ou estabelecimentos, designadamente os cartões de desconto.

As diferenças entre regiões, no que se refere aos meios de pagamento, não são muito acentuadas, de qualquer forma sobressai uma maior utilização de cartões de crédito (42,2%) em Lisboa e uma maior utilização de numerário no Algarve (53%).

1.2.1.2 Comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar

1.2.1.2.1 Caracterização dos estabelecimentos

Segundo os resultados obtidos estiveram em actividade 727 UCDR, no ano de 2005, no comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar.

Verifica-se uma maior concentração destes estabelecimentos no Norte, Lisboa e Centro onde se encontravam 87,3% do total. O Norte continua, à semelhança do que acontecia em 2004, a deter a maior importância relativa, seguido de Lisboa e do Centro. Esta última região viu subir a sua importância em 6,2 p.p. em detrimento de quase todas as outras, à excepção do Alentejo que apresenta uma diferença positiva, embora modesta (0,7 p.p.).

Em 2005 a área de exposição e vendas relativas ao comércio não alimentar totalizou 688 636 m², a que correspondeu uma AEV média de 947 m², superior em 4,2% à de em 2004. A região de Lisboa concentrava 43% da AEV, seguida do Norte com 28,8%.

A distribuição dos estabelecimentos de retalho não alimentar por escalões de AEV apresenta-se de forma muito diferente daquela que observámos para o caso do retalho alimentar, já que 93,9% das unidades pertencem a estabelecimentos inferiores a 2 499 m², um valor muito aproximado daquele que se registava em 2004.

Figura 21

Comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar
- Distribuição do número de estabelecimentos, por NUTS II -

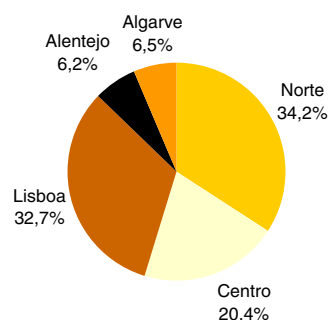
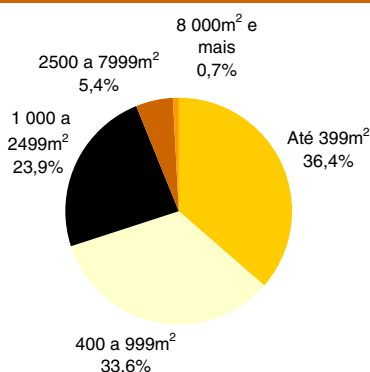


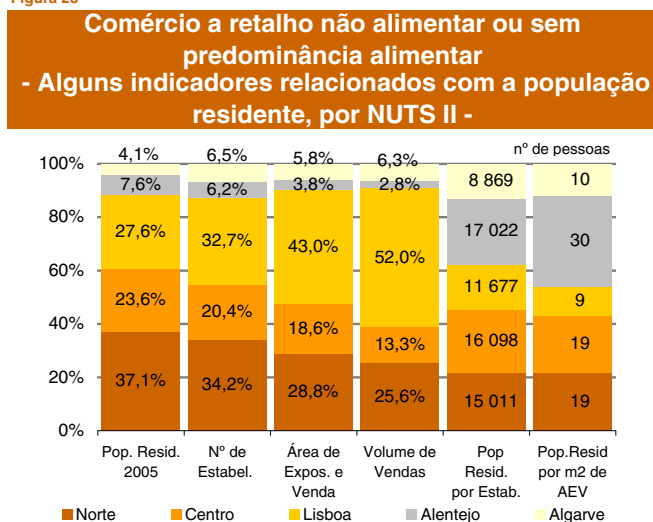
Figura 22

Comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar
- Distribuição do número de estabelecimentos, por escalões de AEV -



Da análise do quadro que compara a população residente com outros indicadores relativos ao comércio a retalho não alimentar, resultam proporções superiores nos diferentes indicadores, nas regiões de Lisboa e Algarve, quando comparado com a sua proporção em termos de população residente, sobressaindo, contudo, o volume de vendas apurado na região de Lisboa. Tal facto é coerente com a existência, nessas duas regiões, de um menor número de habitantes por estabelecimento, assim como um número inferior de pessoas por m² de AEV.

Figura 23



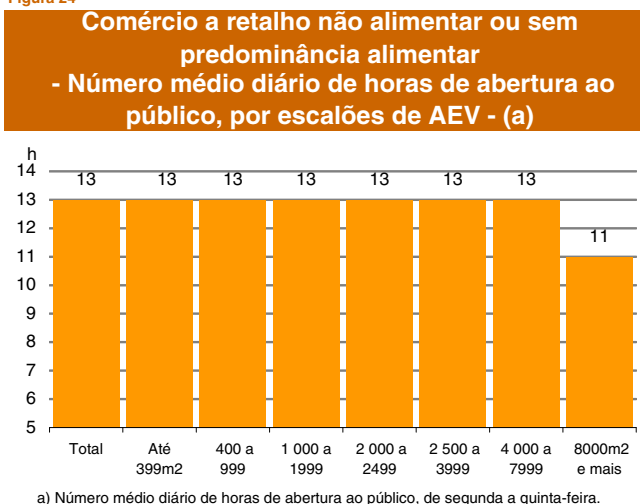
Horas de abertura ao público

No ano de 2005, os estabelecimentos de retalho não alimentar estiveram, em média, abertos ao público 4 502 horas. A média diária de abertura ao público apresenta uma grande regularidade, à excepção dos estabelecimentos com mais de 8 000 m² que apresentam um número de horas de abertura ao público inferior (11 horas), todos os outros, independentemente da sua dimensão, estão abertos ao público, em média, 13 horas por dia.

Relativamente aos horários de abertura e de encerramento⁷ verificou-se que 60,8% dos estabelecimentos abrem depois das 9 horas e que 77,9% encerram após as 21 horas, sendo este último caso predominante em todos os escalões de dimensão.

Observando o horário de abertura por escalões de dimensão dos estabelecimentos, até aos 7 999 m² constata-se a existência de uma correlação positiva, embora não linear, entre o horário de abertura antes das 9 horas e a dimensão. No último escalão todas as unidades abrem depois das 9 horas.

Figura 24



⁷ Considerou-se nesta análise o horário de segunda a quinta-feira, os dias da semana em que os horários de funcionamento são mais directamente comparáveis para a globalidade das unidades comerciais.

Pessoal ao serviço e remunerações

No ano de 2005 as UCDR de retalho não alimentar empregaram 19 098 pessoas, das quais 63,8% do género feminino, percentagem menos acentuada que no comércio alimentar.

No total das unidades em análise, 24,2% do pessoal ao serviço trabalha a tempo incompleto, resultado ligeiramente abaixo daquele que foi obtido em 2004. Os valores observados para as diferentes regiões, à excepção do Algarve, não se afastam substancialmente da média indicada. No caso do Algarve, 82,5% das pessoas ao serviço fazem-no a tempo completo.

O total das remunerações ascendeu a 185,9 milhões de euros, correspondente a uma remuneração média mensal de 714 euros.

A remuneração média mensal⁸ mais baixa observou-se nos estabelecimentos de menor dimensão, ou seja abaixo dos 400 m², e a mais elevada nas unidades com uma AEV situada entre 4 000 e os 7 999 m².

A amplitude máxima na variação das remunerações médias por regiões é de 49 euros, pertencendo o ponto máximo ao Centro e o ponto mínimo ao Algarve.

Figura 25

Comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar - Repartição do número de pessoas ao serviço, segundo a duração do trabalho, por NUTS II -

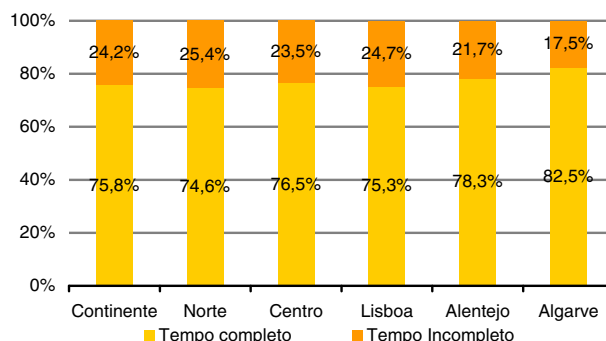


Figura 26

Comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar - Remunerações médias mensais, por escalões de AEV -

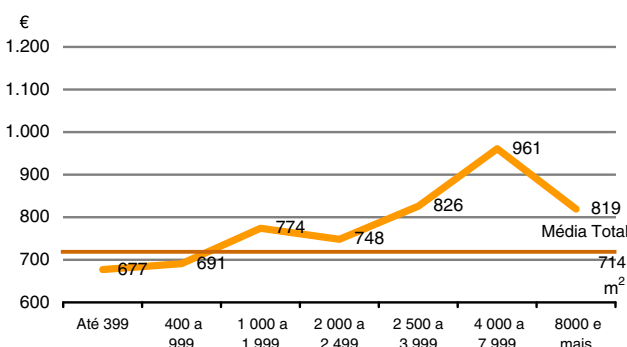
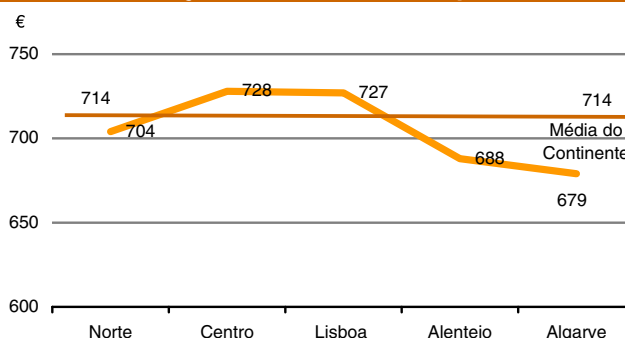


Figura 27

Comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar - Remunerações médias mensais, por NUTS II -



⁸ A remuneração média mensal corresponde à remuneração média anual dividida por 14 meses.

1.2.1.2.2 Volume de vendas e outras variáveis relacionadas

Volume de vendas

O volume de vendas total de que são responsáveis as UCDR de retalho não alimentar é de 2 687,6 milhões de euros. Este valor que representa um crescimento considerável face a 2004 (43,9%) deriva, em grande parte, do aumento do número de estabelecimentos, já que a diferença entre as médias de volume de vendas por estabelecimento, embora revele algum crescimento, 5,7%, este é comparativamente inferior, ainda que significativo. Este volume de vendas resultou de cerca de 97 milhões de transacções, a que corresponde um volume de vendas médio, por transacção, de 28 euros (volume de vendas médio por transacção não inclui o IVA). Quando comparado com o ano de 2004, verifica-se um número de transacções superior em mais de 50%, contudo o valor médio por transacção é inferior, em 2005, em 2 euros.

Na distribuição do volume de vendas das UCDR, segundo as regiões, observa-se uma forte concentração em Lisboa, seguida do Norte. Estas duas regiões em conjunto são responsáveis por mais de dois terços do volume de vendas global do sector. Embora esta distribuição tenha um padrão semelhante ao que encontramos para o caso dos estabelecimentos de retalho alimentar, neste último caso a concentração é bastante mais acentuada. O Centro assegura 13,3% do volume de vendas e o Alentejo e Algarve 2,8% e 6,3%, respectivamente. O volume de vendas médio por transacção, como já havia sido referido, foi de 28 euros. Quando observado por regiões, com a excepção do Alentejo cujo valor foi de 22 euros, o seu valor oscila entre os 27 e os 29 euros.

Analisada a distribuição do volume de vendas, por escalões de AEV, ressalta a importância dos estabelecimentos de dimensão intermédia, entre 1 000 e 2 499 m², que são responsáveis por 45,2%, embora correspondam apenas a 23,9% dos estabelecimentos. Os dois escalões inferiores, correspondendo a cerca de 70% do número de unidades, são apenas responsáveis por 27,3% do volume de vendas. Os dois escalões superiores apresentam um volume de vendas superior à sua importância, enquanto número de estabelecimentos, 6,1% para 26,5%, respectivamente.

De 2004 para 2005 acentuou-se a concentração do volume de vendas nos escalões de maior dimensão; em 2004 os três últimos escalões representavam 65,8% do volume de vendas, enquanto em 2005 esses mesmos escalões representam 71,7%.

Figura 28

Comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar - Distribuição do Volume de Vendas, por NUTS II -

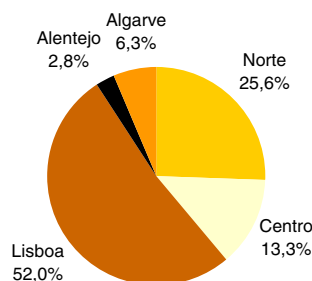
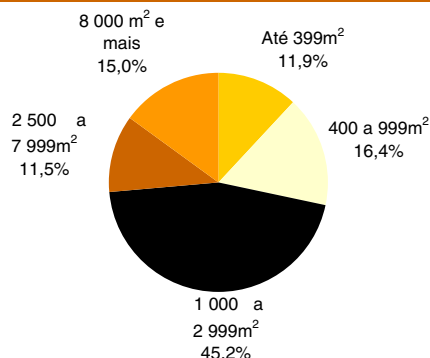


Figura 29

Comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar - Distribuição do Volume de Vendas, por escalões de AEV -



Quadro III

UCDR - Número de transacções e Vendas médias em estabelecimentos de Comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar, por escalões AEV				
2005				Unidade: €
Escalões de AEV	Volume de Vendas médio por estabelecimento	Volume de Vendas médio por m ² de AEV	Número médio de transacções por estabelecimento	Volume de Vendas médio por transacção (a)
Total (Continente)	3 696 873	3 903	133 131	28
Até 399 m ²	1 209 577	4 999	73 511	16
De 400 a 999 m ²	1 805 760	3 100	69 714	26
De 1 000 a 1 999 m ²	7 187 837	4 884	219 769	33
De 2 000 a 2 499 m ²	4 750 094	2 192	135 013	35
De 2 500 a 3 999 m ²	7 031 889	2 158	157 809	45
De 4 000 a 7 999 m ²	13 990 758	3 068	517 720	27
8 000 m ² e mais	80 665 457	4 899	3 074 620	26

(a) - Não inclui IVA

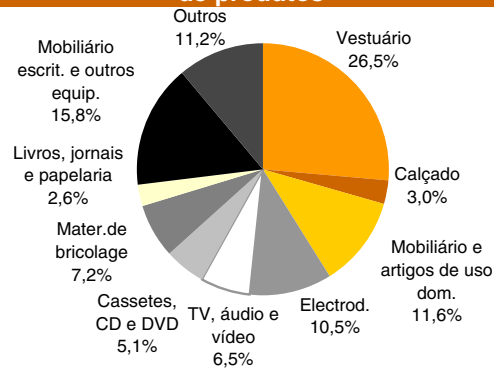
De acordo com os resultados anteriormente expostos são os estabelecimentos de dimensão intermédia que registam um maior volume de vendas médio por transacção, enquanto em 2004 eram, de forma notória, os estabelecimentos maiores que obtinham um maior valor médio por transacção. O valor médio das transacções está directamente relacionado com o tipo de bens predominantemente vendido nos estabelecimentos, dificultando eventuais interpretações sobre as diferenças observadas no volume de vendas médio por estabelecimento, em cada um dos escalões de dimensão.

Volume de vendas por categoria de produtos

Da análise do volume de vendas por categoria de produtos, o vestuário e o mobiliário de escritório, respectivamente responsáveis por 26,5% e 15,8% do volume de vendas continuam, à semelhança do que aconteceu em 2004, a ser as categorias de produtos com maior expressão, embora se verifiquem algumas alterações em termos da posição relativa de algumas categorias. Apenas os electrodomésticos e o mobiliário e artigos de uso doméstico subiram de forma relevante na estrutura das vendas, situação que não deve ser alheia ao facto de se ter tratado de um ano menos favorável a nível económico geral.

Figura 30

Comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar - Distribuição do Volume de Vendas, por categoria de produtos -



Analisando o volume de vendas por escalões de dimensão (Quadro 35 - capítulo 2), releva-se a importância das vendas de vestuário, em particular, nos estabelecimentos de menor dimensão, que concentram 67,7% do volume de vendas. Em contrapartida, nas unidades de maior dimensão (superiores a 8 000 m²) o mobiliário e outros artigos para uso doméstico representam 42,3% do volume de vendas.

Quando analisada a importância relativa das diferentes categorias de produtos segundo as regiões (Quadro 33 – capítulo 2), sobressai a proporção que as vendas de vestuário representam em todas as regiões, variando entre 23,4% no Centro e 30,8% no Alentejo, sendo em todas as regiões, a categoria de produto com maior expressão. Em segundo lugar, e de forma igualmente idêntica em todas as regiões, surge a categoria de mobiliário, maquinaria e outros equipamentos para escritório, computadores e material óptico, fotográfico e de telecomunicações. Em terceiro lugar, quebra-se a homogeneidade e encontramos os electrodomésticos no Norte e no Centro, o mobiliário e artigos para uso doméstico em Lisboa e no Algarve, e materiais de bricolage no Alentejo.

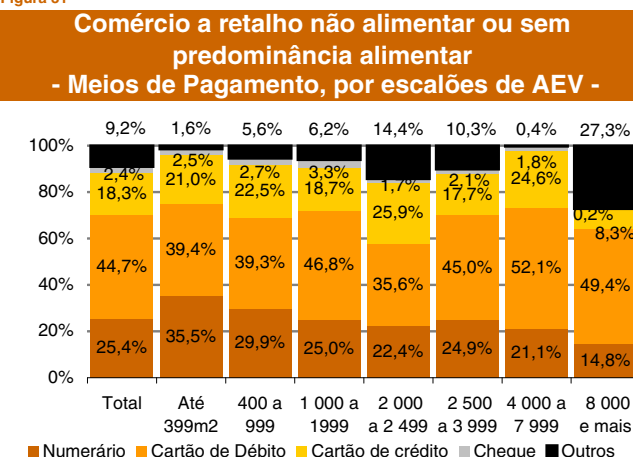
Produtos de marca própria

Em relação aos produtos de marca própria nas UCDR de retalho não alimentar, estas apresentam uma menor relevância do que no comércio alimentar. Em 2005 apenas 35,4% dos estabelecimentos comercializaram produtos de marca própria, que representaram 8,7% do total do volume de vendas.

Meios de pagamento

Nas UCDR do comércio a retalho não alimentar os meios de pagamento utilizados são maioritariamente os cartões de débito e de crédito, utilizados em 63% das vendas. Os meios de pagamento tradicionais, numerário e cheques apenas são utilizados em 27,8% dos casos. Em todas as classes de dimensão, à excepção da superior a 8 000 m², os cartões são utilizados em mais de 60% das vendas realizadas. Neste último caso a categoria “Outros” apresenta uma proporção muito considerável, 27,3%, valor superior à proporção de vendas efectuadas com pagamento em numerário, cheque e cartão de crédito, afigurando-se que esta situação contempla a emissão de cartões próprios de empresas ou estabelecimentos, designadamente os cartões de desconto.

Figura 31



1.2.2 Comércio por grosso

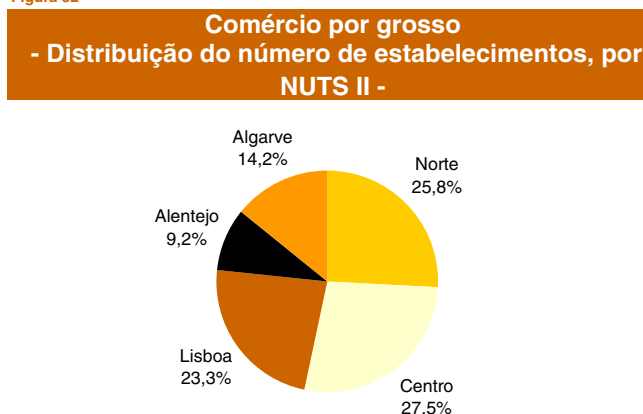
As características das unidades grossistas são bastante diferentes das de comércio a retalho, pois apesar de condicionadas, em grande medida, pela logística de abastecimento das unidades retalhistas, distanciam-se notoriamente dos consumidores finais, não se justificando por essa razão uma comparação sistemática entre os resultados do retalho e das unidades do comércio por grosso, ao longo deste capítulo.

1.2.2.1 Caracterização dos estabelecimentos

Segundo os resultados apurados, o número de estabelecimentos de comércio por grosso em 2005 ascendia a 120, distribuídos por todo o Continente com especial incidência no Centro, Norte e Lisboa.

A área de exposição e venda foi um pouco superior aos 418 mil m², com uma média por estabelecimento de 3 485 m².

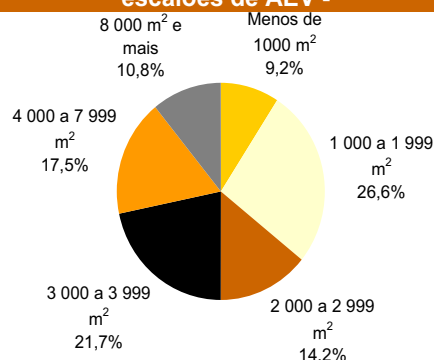
Figura 32



Os escalões de dimensão mais baixos e mais elevados são aqueles que concentram um menor número de UCDR de comércio por grosso. No total, os quatro escalões intermédios concentram 80% dos estabelecimentos, sendo o de 1 000 a 1 999 m² mais representativo, com 26,6% dos estabelecimentos.

Figura 33

Comércio por grosso - Distribuição do número de estabelecimentos, por escalões de AEV -



Pessoal ao serviço e remunerações

As unidades em análise ocupam 6 606 pessoas, sendo a sua maioria homens (57% do total).

Pelas suas características, o número médio de pessoas ao serviço é elevado (55), exercendo o posto de trabalho, a tempo completo, 95,9% dos trabalhadores. Apenas os estabelecimentos com mais de 8 000 m² apresentam uma proporção com maior relevância de trabalhadores a tempo incompleto, ainda que muito aquém do verificado nas unidades retalhistas.

O total das remunerações ilíquidas ascendeu a cerca de 83 milhões de euros, que corresponderam a uma média anual, por pessoa, de 12 216€⁹. A remuneração média mensal¹⁰ fixou-se em 873€.

Da análise regional verifica-se que existem 3 regiões com remunerações médias mensais abaixo da média para o Continente, o Alentejo com -6,3%, Lisboa com -2,7% e o Norte com -2,3%. O Algarve e o Centro apresentam remunerações médias superiores à média do Continente, com +7,5% e +2,5%, respectivamente.

Figura 34

Comércio por grosso - Distribuição do pessoal ao serviço, por duração do trabalho, segundo os escalões de AEV -

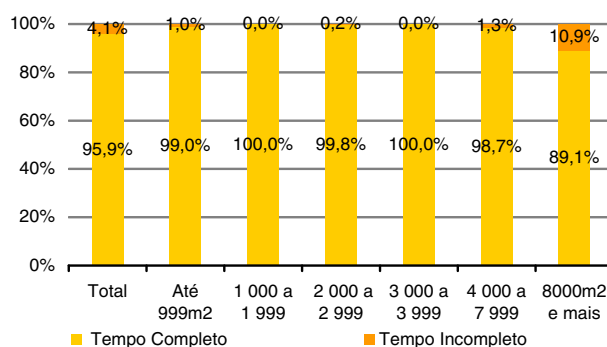
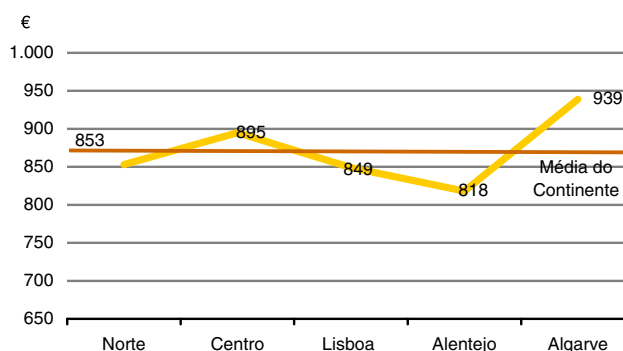


Figura 35

Comércio por grosso - Remunerações médias mensais, por NUTS II -



⁹ A remuneração média anual tem por referência o funcionamento de todos os estabelecimentos durante um ano completo.

¹⁰ A remuneração média mensal corresponde à remuneração média anual dividida por 14 meses

1.2.2.2 Volume de Vendas e outras variáveis relacionadas

Volume de Vendas

O volume de vendas apurado para o conjunto das UCDR grossistas ascendeu 1 940,8 milhões de euros, associado a 13,2 milhões de transacções. Por estabelecimento, verificou-se uma média de 110 042 transacções, correspondendo cada uma delas, a um volume de vendas médio de 147€.

Na distribuição espacial das UCDR do comércio por grosso, verifica-se que o Norte, Lisboa e o Centro do país concentram 84,2% do total das vendas, cabendo ao Alentejo e ao Algarve apenas 15,8%.

Observando a distribuição do volume de vendas pelos escalões de AEV, 62,4% do volume de vendas é gerado nas unidades de dimensão superior a 4 000 m² e 86,8% nas unidades acima dos 2 000 m².

O valor médio do volume de vendas, por transacção, é no geral de 147€. Todavia quando analisado pelos diferentes escalões de AEV, obtêm-se valores muito variados o que se relaciona com a heterogeneidade de estabelecimentos deste segmento, a qual dificulta a interpretação das diferenças encontradas. O volume de vendas médio mais baixo é apresentado pelos estabelecimentos de dimensão entre 2 000 e 2 999 m², 77€ e o mais elevado corresponde a unidades entre 4 000 e 7 999 m², 223€.

Figura 36

Comércio por grosso - Distribuição do Volume de Vendas, por NUTS II -

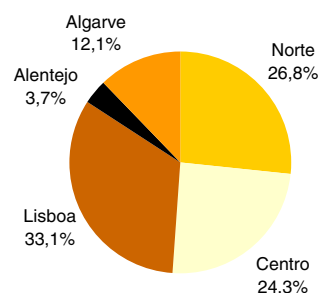
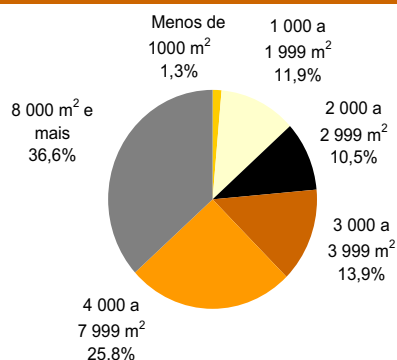


Figura 37

Comércio por grosso - Distribuição do Volume de Vendas, por escalões de AEV -



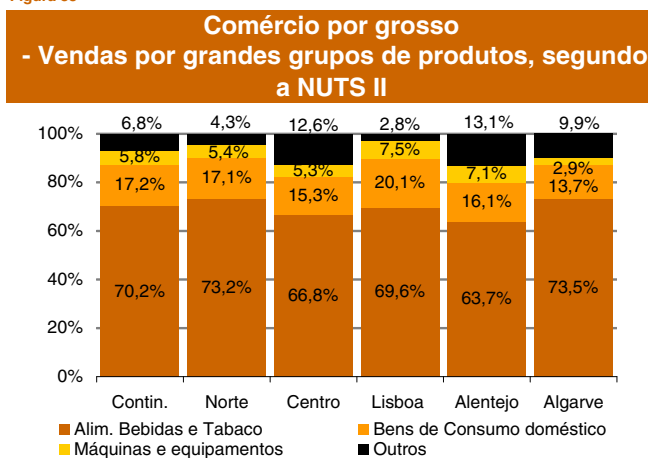
Volume de vendas por categorias de produto

Os produtos alimentares, bebidas e tabaco representam 70,2% das vendas das UCDR grossistas, a que se seguem os bens de consumo doméstico, com 17,2% das vendas.

Quando analisado regionalmente, mantém-se essa predominância, embora com algumas diferenças, das quais a mais evidente é uma menor importância dos bens alimentares, de bebidas e tabaco no Alentejo, no Centro e em Lisboa. Merecem referência especial os casos de Lisboa e do Algarve, pela forma atípica como se distribuem as vendas. No caso de Lisboa distingue-se por concentrar a maior importância relativa das vendas de produtos de consumo doméstico e de máquinas e equipamentos. O Algarve salienta-se por concentrar a maior importância relativa das vendas de bens alimentares, bebidas e tabaco, por contrapartida a concentrar a menor importância relativa das vendas de bens de consumo doméstico, e de máquinas e equipamentos, situação certamente associada à maior pressão turística a que esta região é habitualmente sujeita.

Da análise por categorias de produtos (Quadro 44 – capítulo 2), de entre os produtos alimentares, bebidas e tabaco, destacam-se as bebidas com 18,4% do total de vendas seguido de leite e derivados, ovos, azeite, óleos e gorduras alimentares com 13,1%. No grupo dos bens de consumo doméstico à excepção da alimentação, bebidas e tabaco (que no seu conjunto equivalem a 17,2%) sobressai a cutelaria, louças em cerâmica e em vidro, papel de parede e produtos de limpeza com 6,4% do total das vendas.

Figura 38





Quadros de Resultados

Quadro 1

UCDR - Principais resultados e alguns indicadores

Variáveis/Indicadores	Unidade	Total (Continente)	Comércio a retalho		Comércio por grosso
			Alimentar ou com predominância alimentar	Não alimentar ou sem predominância alimentar	
2005					
Nº estabelecimentos	nº	2 049	1 202	727	120
Área de Exposição e Venda					
Total	m²	2 446 202	1 339 365	688 636	418 201
Média	m²	1 194	1 114	947	3 485
Nº de Pessoas ao Serviço					
Total	nº	76 267	50 563	19 098	6 606
Do qual:					
A tempo completo	nº	58 009	37 193	14 482	6 334
Do género feminino	nº	52 478	37 460	12 180	2 838
Média por estabelecimento	nº	37	42	26	55
Nº de horas abertos ao público					
Total	h	8 619 826	4 913 756	3 273 103	432 968
Média anual por estabelecimento (a)	h	4 207	4 088	4 502	3 608
Média diária por estabelecimento	h	12	11	12	10
Volume de Negócios	10 ³ €	12 969 224	8 281 168	2 707 844	1 980 212
Volume de Vendas					
Total	10 ³ €	12 899 432	8 271 018	2 687 626	1 940 787
Média por estabelecimento	10 ³ €	6 295	6 881	3 697	16 173
Média por m² de AEV	€	5 273	6 175	3 903	4 641
Remunerações Ilíquidas					
Total	10 ³ €	740 596	471 662	185 920	83 014
Média anual por pessoa ao serviço (a)	€	10 271	10 244	9 996	12 216
Média mensal por pessoa ao serviço	€	734	732	714	873
Número de transacções					
Total	nº	619 575 492	509 584 000	96 786 443	13 205 049
Média por estabelecimento	nº	302 379	423 947	133 131	110 042
Média por m² de AEV	nº	253	380	141	32
Volume de Vendas Médio por transacção	€	21	16	28	147
2004					
Nº estabelecimentos	nº	1 681	1 032	529	120
Área de Exposição e Venda					
Total	m²	2 068 199	1 193 981	480 981	393 237
Média	m²	1 230	1 157	909	3 277
Nº de Pessoas ao Serviço					
Total	nº	65 802	46 132	13 301	6 369
Do qual:					
A tempo completo	nº	49 965	33 997	9 965	6 003
Do género feminino	nº	44 823	33 445	8 606	2 772
Média por estabelecimento	nº	39	45	25	53
Nº de horas abertos ao público					
Total	h	6 931 632	4 151 248	2 355 989	424 394
Média anual por estabelecimento (a)	h	4 124	4 023	4 454	3 537
Média diária por estabelecimento	h	11	11	12	10
Volume de Negócios	10 ³ €	11 561 196	7 631 741	1 881 510	2 047 945
Volume de Vendas					
Total	10 ³ €	11 496 216	7 618 464	1 866 585	2 011 167
Média por estabelecimento	10 ³ €	6 839	7 382	3 529	16 760
Média por m² de AEV	€	5 559	6 381	3 881	5 114
Remunerações Ilíquidas					
Total	10 ³ €	686 717	463 918	145 991	76 808
Média anual por pessoa ao serviço (a)	€	10 583	10 883	9 829	11 323
Média mensal por pessoa ao serviço	€	756	777	702	809
Número de transacções					
Total	nº	521 760 972	449 232 538	61 738 804	10 789 630
Média por estabelecimento	nº	310 387	435 303	116 709	89 914
Média por m² de AEV	nº	252	376	128	27
Volume de Vendas Médio por transacção	€	22	17	30	186

(a) - Tomando como base o funcionamento de todos os estabelecimentos durante um ano completo

Quadro 2

UCDR - Número de estabelecimentos, segundo a actividade, por NUTS II

Unidade: Número

NUTS II	Total (Continente)	Comércio a retalho		Comércio por grosso
		Alimentar ou com predominância alimentar	Não alimentar ou sem predominância alimentar	
2005				
Continente	2 049	1 202	727	120
Norte	619	339	249	31
Centro	428	247	148	33
Lisboa	661	395	238	28
Alentejo	150	94	45	11
Algarve	191	127	47	17
2004				
Continente	1 681	1 032	529	120
Norte	532	306	196	30
Centro	325	218	75	32
Lisboa	595	381	184	30
Alentejo	113	75	29	9
Algarve	116	52	45	19

Quadro 3

UCDR - Volume de Vendas, segundo a actividade, por NUTS II

Unidade: 10³ €

Unidade: 10⁶ €

NUTS II	Total (Continente)	Comércio a retalho		Comércio por grosso
		Alimentar ou com predominância alimentar	Não alimentar ou sem predominância alimentar	
2005				
Continente	12 899 432	8 271 018	2 687 626	1 940 787
Norte	3 751 982	2 544 902	686 936	520 144
Centro	2 586 885	1 756 630	358 077	472 178
Lisboa	4 877 676	2 835 725	1 399 509	642 443
Alentejo	695 693	549 024	74 528	72 142
Algarve	987 195	584 737	168 577	233 880
2004				
Continente	11 496 216	7 618 464	1 866 585	2 011 167
Norte	3 374 004	2 358 767	490 669	524 568
Centro	2 251 509	1 576 763	202 779	471 967
Lisboa	4 393 128	2 714 412	988 414	690 302
Alentejo	584 312	460 341	49 740	74 231
Algarve	893 263	508 182	134 983	250 098

Quadro 4

UCDR - Pessoal ao Serviço, segundo a actividade, por NUTS II

Unidade: Número

NUTS II	Total (Continente)	Comércio a retalho		Comércio por grosso
		Alimentar ou com predominância alimentar	Não alimentar ou sem predominância alimentar	
2005				
Continente	76 267	50 563	19 098	6 606
Norte	22 323	15 475	5 002	1 846
Centro	15 496	10 970	2 968	1 558
Lisboa	28 663	17 138	9 400	2 125
Alentejo	4 350	3 446	630	274
Algarve	5 435	3 534	1 098	803
2004				
Continente	65 802	46 132	13 301	6 369
Norte	19 171	13 980	3 467	1 724
Centro	11 896	9 203	1 171	1 522
Lisboa	26 461	16 966	7 440	2 055
Alentejo	3 309	2 793	274	242
Algarve	4 965	3 190	949	826

Quadro 5

UCDR - Número de estabelecimentos, segundo a actividade, por escalões de AEV

Escalões de AEV	Total		Comércio a retalho				Comércio por grosso	
			Alimentar ou com predominância alimentar		Não alimentar ou sem predominância alimentar			
	nº	%	nº	%	nº	%	nº	%
2005								
Total (Continente)	2 049	100,0%	1 202	100,0%	727	100,0%	120	100,0%
Até 399 m ²	677	33,0%	406	33,8%	265	36,5%	6	5,0%
De 400 a 999 m ²	713	34,8%	464	38,6%	244	33,6%	5	4,2%
De 1 000 a 1 999 m ²	432	21,1%	241	20,0%	159	21,9%	32	26,7%
De 2 000 a 2 499 m ²	53	2,6%	21	1,7%	15	2,1%	17	14,2%
De 2 500 a 3 999 m ²	77	3,8%	17	1,4%	34	4,7%	26	21,7%
De 4 000 a 7 999 m ²	44	2,1%	18	1,5%	5	0,7%	21	17,5%
8 000 m ² e mais	53	2,6%	35	2,9%	5	0,7%	13	10,8%
2004								
Total (Continente)	1681	100,0%	1032	100,0%	529	100,0%	120	100,0%
Até 399 m ²	559	33,3%	343	33,2%	203	38,4%	13	10,8%
De 400 a 999 m ²	599	35,6%	403	39,1%	192	36,3%	4	3,3%
De 1 000 a 1 999 m ²	313	18,6%	202	19,6%	89	16,8%	22	18,3%
De 2 000 a 2 499 m ²	51	3,0%	19	1,8%	10	1,9%	22	18,3%
De 2 500 a 3 999 m ²	67	4,0%	16	1,6%	26	4,9%	25	20,8%
De 4 000 a 7 999 m ²	46	2,7%	16	1,6%	6	1,1%	24	20,0%
8 000 m ² e mais	46	2,7%	33	3,2%	3	0,6%	10	8,3%

Quadro 6

UCDR - Volume de Vendas, segundo a actividade, por escalões de AEV

Escalões de AEV	Total		Comércio a retalho				Comércio por grosso	
			Alimentar ou com predominância alimentar		Não alimentar ou sem predominância alimentar			
	nº	%	nº	%	nº	%	nº	%
2005								
Total (Continente)	12 899 432	100,0%	8 271 018	100,0%	2 687 626	100,0%	1 940 787	100,0%
Até 399 m²	879 515	6,8%	551 294	6,7%	320 538	11,9%	7 683	0,4%
De 400 a 999 m²	2 592 018	20,1%	2 133 225	25,8%	440 606	16,4%	18 188	0,9%
De 1 000 a 1 999 m²	3 425 242	26,6%	2 051 542	24,8%	1 142 866	42,5%	230 834	11,9%
De 2 000 a 2 499 m²	469 143	3,6%	292 363	3,5%	71 251	2,7%	105 529	5,4%
De 2 500 a 3 999 m²	1 001 232	7,8%	394 390	4,8%	239 084	8,9%	367 758	18,9%
De 4 000 a 7 999 m²	1 165 396	9,0%	595 036	7,2%	69 954	2,6%	500 406	25,8%
8 000 m² e mais	3 366 885	26,1%	2 253 168	27,2%	403 327	15,0%	710 390	36,6%
2004								
Total (Continente)	11 496 216	100,0%	7 618 464	100,0%	1 866 585	100,0%	2 011 167	100,0%
Até 399 m²	799 512	7,0%	531 215	7,0%	249 130	13,4%	19 167	1,0%
De 400 a 999 m²	2 223 737	19,3%	1 834 574	24,1%	371 536	19,9%	17 627	0,9%
De 1 000 a 1 999 m²	2 502 721	21,8%	1 779 949	23,4%	566 230	30,3%	156 542	7,8%
De 2 000 a 2 499 m²	473 666	4,1%	294 678	3,9%	42 328	2,3%	136 660	6,8%
De 2 500 a 3 999 m²	1 010 271	8,8%	346 046	4,5%	323 315	17,3%	340 910	17,0%
De 4 000 a 7 999 m²	1 267 908	11,0%	551 608	7,2%	47 616	2,6%	668 684	33,3%
8 000 m² e mais	3 218 401	28,0%	2 280 394	29,9%	266 429	14,3%	671 578	33,4%

Quadro 7

UCDR - Pessoal ao Serviço, segundo a actividade, por escalões de AEV

Escalões de AEV	Total		Comércio a retalho				Comércio por grosso	
			Alimentar ou com predominância alimentar		Não alimentar ou sem predominância alimentar			
	nº	%	nº	%	nº	%	nº	%
2005								
Total (Continente)	76 267	100,0%	50 563	100,0%	19 098	100,0%	6 606	100,0%
Até 399 m²	6 202	8,1%	2 885	5,7%	3 240	17,0%	77	1,2%
De 400 a 999 m²	15 731	20,6%	12 055	23,8%	3 546	18,6%	130	2,0%
De 1 000 a 1 999 m²	21 014	27,6%	13 488	26,7%	6 599	34,6%	927	14,0%
De 2 000 a 2 499 m²	2 999	3,9%	1 942	3,8%	610	3,2%	447	6,8%
De 2 500 a 3 999 m²	5 475	7,2%	2 591	5,1%	1 705	8,9%	1 179	17,8%
De 4 000 a 7 999 m²	6 238	8,2%	4 120	8,1%	547	2,9%	1 571	23,8%
8 000 m² e mais	18 608	24,4%	13 482	26,7%	2 851	14,9%	2 275	34,4%
2004								
Total (Continente)	65 802	100,0%	46 132	100,0%	13 301	100,0%	6 369	100,0%
Até 399 m²	4 929	7,5%	2 546	5,5%	2 163	16,3%	220	3,5%
De 400 a 999 m²	15 553	23,6%	13 165	28,5%	2 340	17,6%	48	0,8%
De 1 000 a 1 999 m²	15 129	23,0%	10 902	23,6%	3 661	27,5%	566	8,9%
De 2 000 a 2 499 m²	2 527	3,8%	1 592	3,5%	380	2,9%	555	8,7%
De 2 500 a 3 999 m²	4 897	7,4%	2 089	4,5%	1 728	13,0%	1 080	17,0%
De 4 000 a 7 999 m²	5 648	8,6%	3 412	7,4%	452	3,4%	1 784	28,0%
8 000 m² e mais	17 119	26,0%	12 426	26,9%	2 577	19,4%	2 116	33,2%

Quadro 8

quadro 6

UCDR - Número de estabelecimentos, segundo a actividade, por ano de abertura				
2005		Unidade: Número		
Ano de abertura do estabelecimento	Total (Continente)	Comércio a retalho		Comércio por grosso
		Alimentar ou com predominância alimentar	Não alimentar ou sem predominância alimentar	
2005				
Total (Continente)	2 049	1 202	727	120
Até 1980	34	11	10	13
De 1981 a 1990	88	60	13	15
De 1991 a 2000	1 266	875	321	70
Após 2000	661	256	383	22
2004				
Total (Continente)	1 681	1 032	529	120
Até 1980	36	14	8	14
De 1981 a 1990	88	61	13	14
De 1991 a 2000	1 170	811	288	71
Após 2000	387	146	220	21

Quadro 9

UCDR - Síntese dos principais resultados							
- Estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar, por NUTS II -							
2005							
Variáveis/Indicadores	Unidade	Continente	NUTS II				
			Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
Nº estabelecimentos	nº	1 202	339	247	395	94	127
Área de Exposição e Venda							
Total	m ²	1 339 365	435 061	286 993	424 848	92 557	99 906
Média	m ²	1 114	1 283	1 162	1 076	985	787
Nº de Pessoas ao Serviço							
Total	nº	50 563	15 475	10 970	17 138	3 446	3 534
Do qual:							
A tempo completo	nº	37 193	10 936	8 209	12 636	2 653	2 759
Do género feminino	nº	37 460	11 504	8 363	12 295	2 621	2 677
Média por estabelecimento		42	46	44	43	37	28
Nº de horas abertos ao público							
Total	h	4 913 756	1 441 911	1 013 073	1 597 012	381 474	480 285
Média anual por estabelecimento (a)	h	4 088	4 253	4 102	4 043	4 058	3 782
Média diária por estabelecimento	h	11	12	11	11	11	10
Volume de Negócios	10 ³ €	8 281 168	2 548 396	1 758 099	2 839 091	550 220	585 361
Volume de Vendas							
Total	10 ³ €	8 271 018	2 544 902	1 756 630	2 835 725	549 024	584 737
Média por estabelecimento	10 ³ €	6 881	7 507	7 112	7 179	5 841	4 604
Média por m ² de AEV	€	6 175	5 850	6 121	6 675	5 932	5 853
Remunerações ilíquidas							
Total	10 ³ €	471 662	142 471	99 253	165 867	29 870	34 201
Média anual por pessoa ao serviço (a)	€	10 244	10 009	10 265	10 163	10 215	11 102
Média mensal por pessoa ao serviço	€	732	715	733	726	730	793
Número de transacções							
Total	nº	509 584 000	148 146 910	103 916 204	184 457 008	32 643 942	40 419 936
Média por estabelecimento	nº	423 947	437 012	420 713	466 980	347 276	318 267
Média por m ² de AEV	nº	380	341	362	434	353	405
Volume de Vendas Médio por transacção	€	16	17	17	15	17	14

(a) - Tomando como base o funcionamento de todos os estabelecimentos durante um ano completo

Quadro 10

UCDR - Síntese dos principais resultados
- Estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar, por escalões de AEV -

2005

Variáveis/Indicadores	Unidade	Total (Continente)	Escalões de AEV						
			Até 399 m ²	De 400 a 999 m ²	De 1 000 a 1 999 m ²	De 2 000 a 2 499 m ²	De 2 500 a 3 999 m ²	De 4 000 a 7 999 m ²	8 000 m ² e mais
Nº estabelecimentos	nº	1 202	406	464	241	21	17	18	35
Área de Exposição e Venda									
Total	m ²	1 339 365	97 733	350 246	353 823	43 924	56 262	96 147	341 230
Média	m ²	1 114	241	755	1 468	2 092	3 310	5 342	9 749
Nº de Pessoas ao Serviço									
Total	nº	50 563	2 885	12 055	13 488	1 942	2 591	4 120	13 482
Do qual:									
A tempo completo	nº	37 193	2 745	9 210	9 939	1 303	1 799	2 953	9 244
Do género feminino	nº	37 460	2 457	9 021	10 309	1 494	1 897	2 953	9 329
Média por estabelecimento	nº	42	7	26	56	92	152	229	385
Nº de horas abertos ao público									
Total	h	4 913 756	1 450 214	1 954 157	1 087 813	97 779	78 363	83 056	162 373
Média anual por estabelecimento (a)	h	4 088	3 572	4 212	4 514	4 656	4 610	4 614	4 639
Média diária por estabelecimento	h	11	10	12	13	13	13	13	13
Volume de Negócios	10 ³ €	8 281 168	551 735	2 136 166	2 053 414	292 526	395 110	596 309	2 255 907
Volume de Vendas									
Total	10 ³ €	8 271 018	551 294	2 133 225	2 051 542	292 363	394 390	595 036	2 253 168
Média por estabelecimento	10 ³ €	6 881	1 358	4 597	8 513	13 922	23 199	33 058	64 376
Média por m ² de AEV	€	6 175	5 641	6 091	5 798	6 656	7 010	6 189	6 603
Remunerações Iíquidas									
Total	10 ³ €	471 662	26 278	113 458	119 243	16 720	23 991	41 639	130 333
Média anual por pessoa ao serviço (a)	€	10 244	9 999	10 460	10 389	8 872	9 240	10 800	10 233
Média mensal por pessoa ao serviço	€	732	714	747	742	634	660	771	731
Número de transacções									
Total	nº	509 584 000	80 032 490	167 468 450	123 807 522	22 139 807	15 537 150	23 302 405	77 296 176
Média por estabelecimento	nº	423 947	197 124	360 923	513 724	1 054 277	913 950	1 294 578	2 208 462
Média por m ² de AEV	nº	380	819	478	350	504	276	242	227
Volume de Vendas Médio por transacção	€	16	7	13	17	13	25	26	29

(a) - Tomando como base o funcionamento de todos os estabelecimentos durante um ano completo

Quadro 11

UCDR - Alguns indicadores relacionados com a população residente
- Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar, por NUTS II -

2005

NUTS II	População residente em 2005	Distribuição do número de estabelecimentos	Área de exposição e venda (m ²)	Volume de Vendas (10 ³ €)	População residente, por estabelecimento (nº pessoas/estabelecimento)	População residente por m ² de AEV (hab/m ²)	Vendas a Retalho por residente (€/pessoa)
Continente	10 082 154	1 202	1 339 365	8 271 018	8 388	8	820
Norte	3 737 791	339	435 061	2 544 902	11 026	9	681
Centro	2 382 448	247	286 993	1 756 630	9 646	8	737
Lisboa	2 779 097	395	424 848	2 835 725	7 036	7	1 020
Alentejo	765 971	94	92 557	549 024	8 149	8	717
Algarve	416 847	127	99 906	584 737	3 282	4	1 403

Quadro 12

UCDR - Número de estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar, segundo a hora de abertura e de encerramento, de Segunda a Quinta-feira, por escalões de AEV

2005

Escalões de AEV	Abertura		Encerramento		Número médio diário de horas de abertura, por estabelecimento (a)
	Até às 9h	Depois das 9h	Até às 21h	Depois das 21h	
Total (Continente)	1 079	123	1 001	201	12
Até 399 m ²	355	51	388	18	11
De 400 a 999 m ²	414	50	441	23	12
De 1 000 a 1 999 m ²	223	18	163	78	13
De 2 000 a 2 499 m ²	19	2	7	14	13
De 2 500 a 3 999 m ²	16	1	0	17	14
De 4 000 a 7 999 m ²	17	1	2	16	14
8 000 m ² e mais	35	0	0	35	14

(a) - Tomando como base o funcionamento de todos os estabelecimentos durante um ano completo

Quadro 13

UCDR - Número médio anual de horas de abertura, por estabelecimento de Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar, segundo os dias da semana, por NUTS II (a)

2005

NUTS II	Total	De Segunda a Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado	Domingo
Continente	4 088	2 405	604	605	474
Norte	4 253	2 491	627	628	508
Centro	4 102	2 395	600	604	501
Lisboa	4 043	2 395	600	599	449
Alentejo	4 058	2 374	595	602	487
Algarve	3 782	2 246	571	570	395

(a) - Tomando como base o funcionamento de todos os estabelecimentos durante um ano completo

Quadro 14

UCDR - Número médio anual de horas de abertura, por estabelecimento de Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar, segundo os dias da semana, por escalões de AEV (a)

2005

Escalões de AEV	Total	De Segunda a Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado	Domingo
Total (Continente)	4 088	2 405	604	605	474
Até 399 m ²	3 572	2 180	548	545	299
De 400 a 999 m ²	4 212	2 422	606	610	573
De 1 000 a 1 999 m ²	4 514	2 592	651	652	619
De 2 000 a 2 499 m ²	4 656	2 687	679	683	608
De 2 500 a 3 999 m ²	4 610	2 815	716	720	358
De 4 000 a 7 999 m ²	4 614	2 825	718	721	351
8 000 m ² e mais	4 639	2 909	754	754	223

(a) - Tomando como base o funcionamento de todos os estabelecimentos durante um ano completo

Quadro 15

UCDR - Número de transacções e Vendas médias em estabelecimentos do Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar, por escalões de AEV

2005

Escalões de AEV	Volume de Vendas médio por estabelecimento €	Volume de Vendas médio por m ² de AEV €	Número médio de transacções por estabelecimento nº	Volume de Vendas médio por transacção €
Total (Continente)	6 881 047	6 175	423 947	16
Até 399 m ²	1 357 867	5 641	197 124	7
De 400 a 999 m ²	4 597 468	6 091	360 923	13
De 1 000 a 1 999 m ²	8 512 621	5 798	513 724	17
De 2 000 a 2 499 m ²	13 922 056	6 656	1 054 277	13
De 2 500 a 3 999 m ²	23 199 441	7 010	913 950	25
De 4 000 a 7 999 m ²	33 057 562	6 189	1 294 578	26
8 000 m ² e mais	64 376 216	6 603	2 208 462	29

Quadro 16

UCDR - Volume de Vendas do Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar, segundo a Categoria de produtos, por NUTS II

2005

Unidade: 10³ €

Categoria de produtos	Continente	NUTS II				
		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
Total de Vendas a Retalho	8 271 018	2 544 902	1 756 630	2 835 725	549 024	584 737
Produtos Alimentares, Bebidas e Tabaco	5 629 720	1 701 021	1 165 589	1 958 808	386 248	418 053
Frutos e produtos hortícolas	607 324	166 266	117 301	230 636	44 217	48 903
Carne e produtos à base carne	752 587	224 626	173 456	240 203	63 510	50 791
Peixe, crustáceos e moluscos	586 591	181 486	119 824	214 038	39 083	32 160
Pão, produtos de pastelaria e de confeitaria	214 875	56 669	43 824	83 009	14 539	16 833
Leite, seus derivados e ovos	1 109 564	344 768	226 184	399 661	66 516	72 436
Outros produtos alimentares n.e.	1 567 291	480 515	331 365	526 349	105 933	123 129
Bebidas	779 673	244 825	151 368	260 550	51 623	71 307
Tabaco	11 816	1 865	2 267	4 363	827	2 494
Produtos não Alimentares	2 639 842	843 881	589 584	876 917	162 776	166 684
Produtos de cosmética e de higiene pessoal	621 145	194 746	123 175	229 913	34 855	38 457
Produtos de limpeza e similares para uso doméstico	461 353	144 558	100 624	155 401	32 907	27 862
Vestuário	165 152	47 828	30 098	71 802	4 149	11 274
Calçado e artigos de couro	46 028	13 957	8 461	18 248	1 794	3 567
Mobiliário e outros artigos para uso doméstico (a)	261 168	80 406	57 922	86 569	15 241	21 030
Electrodomésticos, aparelhos de TV, áudio e vídeo, instrumentos musicais, cassetes, discos, CD e DVD	127 674	35 794	28 309	50 059	5 662	7 849
Materiais de bricolage	64 874	20 606	12 278	24 454	3 092	4 444
Livros, jornais e artigos papelaria	109 424	32 279	22 513	42 059	5 463	7 109
Artigos de desporto campismo, caça e lazer	55 547	16 842	13 216	16 986	3 626	4 877
Brinquedos e jogos	87 755	25 384	16 215	36 296	4 008	5 852
Outras vendas de produtos	639 721	231 480	176 773	145 129	51 978	34 360

(a) - Inclui: louças, cutelarias, artigos de iluminação e outros artigos para o lar, nomeadamente, artigos de madeira, cortiça, vime e espartaria, assim como aparelhos, artigos e equipamentos de uso doméstico, não eléctricos e ainda têxteis confeccionados para o lar

Quadro 17

UCDR - Distribuição do Volume de Vendas do Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar, segundo a Categoria de produtos, por NUTS II

2005

Categoria de produtos	Continente	NUTS II				
		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
Total de Vendas a Retalho	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Produtos Alimentares, Bebidas e Tabaco	68,1%	66,8%	66,4%	69,1%	70,4%	71,5%
Frutos e produtos hortícolas	7,3%	6,5%	6,7%	8,1%	8,1%	8,4%
Carne e produtos à base carne	9,1%	8,8%	9,9%	8,5%	11,6%	8,7%
Peixe, crustáceos e moluscos	7,1%	7,1%	6,8%	7,5%	7,1%	5,5%
Pão, produtos de pasteleria e de confeitaria	2,6%	2,2%	2,5%	2,9%	2,6%	2,9%
Leite, seus derivados e ovos	13,4%	13,5%	12,9%	14,1%	12,1%	12,4%
Outros produtos alimentares n.e.	18,9%	18,9%	18,9%	18,6%	19,3%	21,1%
Bebidas	9,4%	9,6%	8,6%	9,2%	9,4%	12,2%
Tabaco	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%	0,2%	0,4%
Produtos não Alimentares	31,9%	33,2%	33,6%	30,9%	29,6%	28,5%
Produtos de cosmética e de higiene pessoal	7,5%	7,7%	7,0%	8,1%	6,3%	6,6%
Produtos de limpeza e similares para uso doméstico	5,6%	5,7%	5,7%	5,5%	6,0%	4,8%
Vestuário	2,0%	1,9%	1,7%	2,5%	0,8%	1,9%
Calçado e artigos de couro	0,6%	0,5%	0,5%	0,6%	0,3%	0,6%
Mobiliário e outros artigos para uso doméstico (a)	3,2%	3,2%	3,3%	3,1%	2,8%	3,6%
Electrodomésticos, aparelhos de TV, áudio e vídeo, instrumentos musicais, cassetes, discos, CD e DVD	1,5%	1,4%	1,6%	1,8%	1,0%	1,3%
Materiais de bricolage	0,8%	0,8%	0,7%	0,9%	0,6%	0,8%
Livros, jornais e artigos papelaria	1,3%	1,3%	1,3%	1,5%	1,0%	1,2%
Artigos de desporto campismo, caça e lazer	0,7%	0,7%	0,8%	0,6%	0,7%	0,8%
Brinquedos e jogos	1,1%	1,0%	0,9%	1,3%	0,7%	1,0%
Outras vendas de produtos	7,7%	9,1%	10,1%	5,1%	9,5%	5,9%

(a) - Inclui: louças, cutelarias, artigos de iluminação e outros artigos para o lar, nomeadamente, artigos de madeira, cortiça, vime e espartaria, assim como aparelhos, artigos e equipamentos de uso doméstico, não eléctricos e ainda têxteis confeccionados para o lar

Quadro 18

UCDR - Volume de Vendas do Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar, segundo a Categoria de produtos, por escalões de AEV

2005

Unidade: 10³ €

Categoria de produtos	Total Continente	Escalões de AEV						
		Até 399 m ²	De 400 a 999 m ²	De 1 000 a 1 999 m ²	De 2 000 a 2 499 m ²	De 2 500 a 3 999 m ²	De 4 000 a 7 999 m ²	De 8 000 m ² e mais
Total de Vendas a Retalho	8 271 018	551 294	2 133 225	2 051 542	292 363	394 390	595 036	2 253 168
Produtos Alimentares, Bebidas e Tabaco	5 629 720	451 557	1 632 106	1 488 478	186 601	216 500	345 633	1 308 846
Frutos e produtos hortícolas	607 324	36 291	205 967	166 144	18 889	20 145	32 867	127 021
Carne e produtos à base carne	752 587	28 403	208 712	225 750	26 220	32 600	52 745	178 157
Peixe, crustáceos e moluscos	586 591	25 533	133 896	161 015	24 224	25 283	44 692	171 947
Pão, produtos de pasteleria e de confeitaria	214 875	6 729	52 811	64 517	9 372	11 548	15 910	53 988
Leite, seus derivados e ovos	1 109 564	121 909	324 163	268 508	35 784	39 972	65 040	254 186
Outros produtos alimentares n.e.	1 567 291	156 803	480 008	400 516	47 731	55 890	87 574	338 768
Bebidas	779 673	74 836	224 335	200 029	24 014	30 603	46 515	179 340
Tabaco	11 816	1 052	2 215	1 997	367	457	290	5 438
Produtos não Alimentares	2 639 842	98 281	501 120	563 064	105 762	177 891	249 403	944 322
Produtos de cosmética e de higiene pessoal	621 145	44 380	99 734	146 864	29 826	33 167	47 571	219 604
Produtos de limpeza e similares para uso doméstico	461 353	28 229	140 345	118 004	14 994	16 448	28 598	114 736
Vestuário	165 152	3 236	10 405	8 626	581	10 274	25 535	106 496
Calçado e artigos de couro	46 028	103	9 515	5 058	246	2 311	6 130	22 663
Mobiliário e outros artigos para uso doméstico (a)	261 168	3 619	43 869	60 003	14 821	13 328	23 446	102 083
Electrodomésticos, aparelhos de TV, áudio e vídeo, instrumentos musicais, CD, DVD	127 674	1 327	19 751	17 377	5 406	9 223	16 571	58 019
Materiais de bricolage	64 874	43	2 071	9 068	2 391	7 709	11 751	31 840
Livros, jornais e artigos papelaria	109 424	1 385	5 383	18 896	6 070	7 959	11 677	58 053
Artigos de desporto campismo, caça e lazer	55 547	303	13 815	12 358	1 518	3 387	5 274	18 892
Brinquedos e jogos	87 755	873	7 147	13 384	2 969	5 427	11 157	46 798
Outras vendas de produtos	639 721	14 783	149 085	153 427	26 938	68 658	61 694	165 137

(a) - Inclui: louças, cutelarias, artigos de iluminação e outros artigos para o lar, nomeadamente, artigos de madeira, cortiça, vime e espartaria, assim como aparelhos, artigos e equipamentos de uso doméstico, não eléctricos e ainda têxteis confeccionados para o lar

Quadro 19

UCDR - Distribuição do Volume de Vendas do Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar, segundo a Categoria de produtos, por escalões de AEV

2005

Categoria de produtos	Total Continente	Escalões de AEV						
		Até 399 m ²	De 400 a 999 m ²	De 1 000 a 1 999 m ²	De 2 000 a 2 499 m ²	De 2 500 a 3 999 m ²	De 4 000 a 7 999 m ²	De 8 000 m ² e mais
Total de Vendas a Retalho	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Produtos Alimentares, Bebidas e Tabaco	68,1%	81,9%	76,5%	72,6%	63,8%	54,9%	58,1%	58,1%
Frutos e produtos hortícolas	7,3%	6,6%	9,7%	8,1%	6,5%	5,1%	5,5%	5,6%
Carne e produtos à base carne	9,1%	5,2%	9,8%	11,0%	9,0%	8,3%	8,9%	7,9%
Peixe, crustáceos e moluscos	7,1%	4,6%	6,3%	7,8%	8,3%	6,4%	7,5%	7,6%
Pão, produtos de pasteleria e de confeitaria	2,6%	1,2%	2,5%	3,1%	3,2%	2,9%	2,7%	2,4%
Leite, seus derivados e ovos	13,4%	22,1%	15,2%	13,1%	12,2%	10,1%	10,9%	11,3%
Outros produtos alimentares n.e.	18,9%	28,4%	22,5%	19,5%	16,3%	14,2%	14,7%	15,0%
Bebidas	9,4%	13,6%	10,5%	9,8%	8,2%	7,8%	7,8%	8,0%
Tabaco	0,1%	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,0%	0,2%
Produtos não Alimentares	31,9%	17,8%	23,5%	27,4%	36,2%	45,1%	41,9%	41,9%
Produtos de cosmética e de higiene pessoal	7,5%	8,1%	4,7%	7,2%	10,2%	8,4%	8,0%	9,7%
Produtos de limpeza e similares para uso doméstico	5,6%	5,1%	6,6%	5,8%	5,1%	4,2%	4,8%	5,1%
Vestuário	2,0%	0,6%	0,5%	0,4%	0,2%	2,6%	4,3%	4,7%
Calçado e artigos de couro	0,6%	0,0%	0,4%	0,2%	0,1%	0,6%	1,0%	1,0%
Mobiliário e outros artigos para uso doméstico (a)	3,2%	0,7%	2,1%	2,9%	5,1%	3,4%	3,9%	4,5%
Electrodomésticos, aparelhos de TV, áudio e vídeo, instrumentos musicais, CD, DVD	1,5%	0,2%	0,9%	0,8%	1,8%	2,3%	2,8%	2,6%
Materiais de bricolage	0,8%	0,0%	0,1%	0,4%	0,8%	2,0%	2,0%	1,4%
Livros, jornais e artigos papelaria	1,3%	0,3%	0,3%	0,9%	2,1%	2,0%	2,0%	2,6%
Artigos de desporto campismo, caça e lazer	0,7%	0,1%	0,6%	0,6%	0,5%	0,9%	0,9%	0,8%
Brinquedos e jogos	1,1%	0,2%	0,3%	0,7%	1,0%	1,4%	1,9%	2,1%
Outras vendas de produtos	7,7%	2,7%	7,0%	7,5%	9,2%	17,4%	10,4%	7,3%

(a) - Inclui: louças, cutelarias, artigos de iluminação e outros artigos para o lar, nomeadamente, artigos de madeira, cortiça, vime e espartaria, assim como aparelhos, artigos e equipamentos de uso doméstico, não eléctricos e ainda têxteis confeccionados para o lar

Quadro 20

UCDR - Importância do Volume de Vendas de produtos de Marca Própria, no total das vendas do Retalho alimentar ou com predominância alimentar, por NUTS II

2005

NUTS II	Estabelecimentos que comercializam produtos de Marca Própria		Vendas a retalho de produtos de Marca Própria		
	Número	% no total de estabelecimentos	10 ³ €	% no total de volume de vendas	% no total do volume de vendas dos estabelecimentos que comercializam marca própria
Continente	700	58,2%	895 480	10,8%	15,5%
Norte	218	64,3%	280 179	11,0%	15,3%
Centro	112	45,3%	140 830	8,0%	14,2%
Lisboa	302	76,5%	387 443	13,7%	16,6%
Alentejo	39	41,5%	40 882	7,4%	15,9%
Algarve	29	22,8%	46 146	7,9%	13,3%

Quadro 21

UCDR - Importância do Volume de Vendas de produtos de Marca Própria, no total das vendas do Retalho alimentar ou com predominância alimentar, por escalões de AEV

2005

Escalões de AEV	Estabelecimentos que comercializam produtos de Marca Própria		Vendas a retalho de produtos de Marca Própria		
	Número	% no total de estabelecimentos	10 ³ €	% no total de volume de vendas	% no total do volume de vendas dos estabelecimentos que comercializam marca própria
Total (Continente)	700	58,2%	895 480	10,8%	15,5%
Até 399 m ²	297	73,2%	199 222	36,1%	41,6%
De 400 a 999 m ²	201	43,3%	200 694	9,4%	24,8%
De 1 000 a 1 999 m ²	122	50,6%	147 256	7,2%	13,2%
De 2 000 a 2 499 m ²	14	66,7%	21 395	7,3%	10,5%
De 2 500 a 3 999 m ²	14	82,4%	27 801	7,0%	8,7%
De 4 000 a 7 999 m ²	17	94,4%	63 044	10,6%	10,7%
8 000 m ² e mais	35	100,0%	236 069	10,5%	10,5%

Quadro 22

UCDR - Proporção do Volume de Vendas no Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar, segundo o Meio de Pagamento, por escalões de AEV

2005

Escalões de AEV	Total	Numerário	Cartão de Débito	Cartão de Crédito	Cheque	Outros
Total (Continente)	100,0%	45,5%	39,0%	9,5%	1,6%	4,5%
Até 399 m ²	100,0%	76,3%	22,8%	0,3%	0,6%	0,1%
De 400 a 999 m ²	100,0%	57,2%	37,1%	3,6%	1,3%	0,8%
De 1 000 a 1 999 m ²	100,0%	50,4%	39,0%	6,9%	1,6%	2,1%
De 2 000 a 2 499 m ²	100,0%	41,9%	40,5%	12,3%	2,5%	2,8%
De 2 500 a 3 999 m ²	100,0%	42,3%	36,6%	15,1%	1,7%	4,3%
De 4 000 a 7 999 m ²	100,0%	36,2%	38,0%	12,6%	1,3%	11,9%
8 000 m ² e mais	100,0%	26,2%	45,0%	17,2%	1,9%	9,7%

Quadro 23

UCDR - Proporção do Volume de Vendas no Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar, segundo o Meio de Pagamento, por NUTS II

2005

NUTS II	Total	Numerário	Cartão de Débito	Cartão de Crédito	Cheque	Outros
Continente	100,0%	45,5%	39,0%	9,5%	1,6%	4,5%
Norte	100,0%	48,8%	36,7%	9,4%	1,2%	3,9%
Centro	100,0%	45,6%	39,4%	9,2%	2,5%	3,3%
Lisboa	100,0%	40,2%	42,2%	10,0%	1,0%	6,6%
Alentejo	100,0%	49,2%	38,8%	7,1%	2,8%	2,1%
Algarve	100,0%	53,0%	32,3%	10,2%	1,6%	2,9%

Quadro 24

UCDR - Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar, segundo as suas características - Infraestruturas e Equipamento -, por escalões de AEV

2005

Unidade: Número

Escalões de AEV	Número de estabelecimentos				Número médio de Caixas de Saída
	TOTAL	Situados em Centro Comercial	Com Parque de Estacionamento	Com Caixas com Leitura Óptica	
Total (Continente)	1 202	257	676	1 183	7
Até 399 m ²	406	32	27	387	3
De 400 a 999 m ²	464	49	345	464	5
De 1 000 a 1 999 m ²	241	92	213	241	9
De 2 000 a 2 499 m ²	21	15	21	21	13
De 2 500 a 3 999 m ²	17	17	17	17	21
De 4 000 a 7 999 m ²	18	17	18	18	30
8 000 m ² e mais	35	35	35	35	54

Quadro 25

**UCDR - Síntese dos principais resultados
- Estabelecimentos de Comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar,
por NUTS II -**

2005

Variáveis/Indicadores	Unidade	Continente	NUTS II				
			Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
Nº estabelecimentos	nº	727	249	148	238	45	47
Área de Exposição e Venda							
Total	m ²	688 636	198 251	128 175	296 125	25 915	40 170
Média	m ²	947	796	866	1 244	576	855
Nº de Pessoas ao Serviço							
Total	nº	19 098	5 002	2 968	9 400	630	1 098
Do qual:							
A tempo completo	nº	14 482	3 730	2 272	7 081	493	906
Do género feminino	nº	12 180	3 276	1 891	5 868	442	703
Média por estabelecimento	nº	26	20	20	39	14	23
Nº de horas abertos ao público							
Total	h	3 273 103	1 136 937	654 880	1 069 772	193 083	218 431
Média anual por estabelecimento (a)	h	4 502	4 566	4 425	4 495	4 291	4 647
Média diária por estabelecimento	h	12	13	12	12	12	13
Volume de Negócios	10 ³ €	2 707 844	689 625	359 717	1 414 516	74 736	169 250
Volume de Vendas							
Total	10 ³ €	2 687 626	686 936	358 077	1 399 509	74 528	168 577
Média por estabelecimento	10 ³ €	3 697	2 759	2 419	5 880	1 656	3 587
Média por m ² de AEV	€	3 903	3 465	2 794	4 726	2 876	4 197
Remunerações Ilíquidas							
Total	10 ³ €	185 920	45 299	23 089	102 657	4 716	10 159
Média anual por pessoa ao serviço (a)	€	9 996	9 861	10 199	10 178	9 631	9 505
Média mensal por pessoa ao serviço	€	714	704	728	727	688	679
Número de transacções							
Total	nº	96 786 443	24 937 618	13 236 369	49 385 318	3 392 320	5 834 818
Média por estabelecimento	nº	133 131	100 151	89 435	207 501	75 385	124 145
Média por m ² de AEV	nº	141	126	103	167	131	145
Volume de Vendas Médio por transacção	€	28	28	27	28	22	29

(a) - Tomando como base o funcionamento de todos os estabelecimentos durante um ano completo

Quadro 26

UCDR - Síntese dos principais resultados
- Estabelecimentos de Comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar, por
escalões de AEV -

Variáveis/Indicadores	Unidade	Total (Continente)	Escalões de AEV						
			Até 399 m ²	De 400 a 999 m ²	De 1 000 a 1 999 m ²	De 2 000 a 2 499 m ²	De 2 500 a 3 999 m ²	De 4 000 a 7 999 m ²	8 000 m ² e mais
Nº estabelecimentos	nº	727	265	244	159	15	34	5	5
Área de Exposição e Venda									
Total	m ²	688 636	64 116	142 109	233 983	32 503	110 793	22 800	82 332
Média	m ²	947	242	582	1 472	2 167	3 259	4 560	16 466
Nº de Pessoas ao Serviço									
Total	nº	19 098	3 240	3 546	6 599	610	1 705	547	2 851
Do qual:									
A tempo completo	nº	14 482	2 166	2 634	4 967	547	1 551	437	2 180
Do género feminino	nº	12 180	2 385	2 509	4 113	305	851	287	1 730
Média por estabelecimento	nº	26	12	15	42	41	50	109	570
Nº de horas abertos ao público									
Total	h	3 273 103	1 185 033	1 113 162	720 377	66 888	148 036	20 732	18 875
Média anual por estabelecimento (a)	h	4 502	4 472	4 562	4 531	4 459	4 354	4 146	3 775
Média diária por estabelecimento	h	12	12	13	13	12	12	11	10
Volume de Negócios	10 ³ €	2 707 844	321 699	441 261	1 148 707	71 340	240 901	72 174	411 762
Volume de Vendas									
Total	10 ³ €	2 687 626	320 538	440 606	1 142 866	71 251	239 084	69 954	403 327
Média por estabelecimento	10 ³ €	3 697	1 210	1 806	7 188	4 750	7 032	13 991	80 665
Média por m ² de AEV	€	3 903	4 999	3 100	4 884	2 192	2 158	3 068	4 899
Remunerações Líquidas									
Total	10 ³ €	185 920	24 703	29 166	66 419	5 418	13 371	8 152	38 690
Média anual por pessoa ao serviço (a)	€	9 996	9 472	9 674	10 831	10 470	11 559	13 454	11 466
Média mensal por pessoa ao serviço	€	714	677	691	774	748	826	961	819
Número de transacções									
Total	nº	96 786 443	19 480 519	17 010 280	34 943 228	2 025 201	5 365 515	2 588 599	15 373 101
Média por estabelecimento	nº	133 131	73 511	69 714	219 769	135 013	157 809	517 720	3 074 620
Média por m ² de AEV	nº	141	304	120	149	62	48	114	187
Volume de Vendas Médio por transacção	€	28	16	26	33	35	45	27	26

(a) - Tomando como base o funcionamento de todos os estabelecimentos durante um ano completo

Quadro 27

UCDR - Alguns indicadores relacionados com a população residente
- Comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar, por NUTS II -

2005

NUTS II	População residente em 2005	Distribuição do número de estabelecimentos	Área de exposição e venda (m ²)	Volume de Vendas (10 ³ €)	População residente, por estabelecimento (nº pessoas/estabelecimento)	População residente por m ² de AEV (hab/m ²)	Vendas a Retalho por residente (€/pessoa)
Continente	10 082 154	727	688 636	2 687 626	13 868	15	267
Norte	3 737 791	249	198 251	686 936	15 011	19	184
Centro	2 382 448	148	128 175	358 077	16 098	19	150
Lisboa	2 779 097	238	296 125	1 399 509	11 677	9	504
Alentejo	765 971	45	25 915	74 528	17 022	30	97
Algarve	416 847	47	40 170	168 577	8 869	10	404

Quadro 28

UCDR - Número de estabelecimentos de Comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar, segundo a hora de abertura e de encerramento, de Segunda a Quinta-feira, por escalões de AEV

2005

Escalões de AEV	Abertura		Encerramento		Número médio diário de horas de abertura, por estabelecimento (a)
	Até às 9h	Depois das 9h	Até às 21h	Depois das 21h	
Total (Continente)	285	442	161	566	13
Até 399 m ²	63	202	58	207	13
De 400 a 999 m ²	129	115	51	193	13
De 1 000 a 1 999 m ²	65	94	37	122	13
De 2 000 a 2 499 m ²	5	10	4	11	13
De 2 500 a 3 999 m ²	18	16	8	26	13
De 4 000 a 7 999 m ²	5	0	1	4	13
8 000 m ² e mais	0	5	2	3	11

(a) - Tomando como base o funcionamento de todos os estabelecimentos durante um ano completo

Quadro 29

UCDR - Número médio anual de horas de abertura, por estabelecimento de Comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar, segundo os dias da semana, por NUTS II (a)

2005

NUTS II	Total	De Segunda a Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado	Domingo
Continente	4 502	2 628	663	661	550
Norte	4 566	2 656	673	669	568
Centro	4 425	2 572	649	646	558
Lisboa	4 495	2 643	665	664	523
Alentejo	4 291	2 529	637	635	490
Algarve	4 647	2 675	676	676	619

(a) - Tomando como base o funcionamento de todos os estabelecimentos durante um ano completo

Quadro 30

UCDR - Número médio anual de horas de abertura, por estabelecimento de Comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar, segundo os dias da semana, por escalões de AEV (a)

2005

Escalões de AEV	Total	De Segunda a Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado	Domingo
Total (Continente)	4 502	2 628	663	661	550
Até 399 m ²	4 472	2 605	656	654	557
De 400 a 999 m ²	4 562	2 651	672	666	572
De 1 000 a 1 999 m ²	4 531	2 641	666	666	557
De 2 000 a 2 499 m ²	4 459	2 613	657	660	529
De 2 500 a 3 999 m ²	4 354	2 630	661	664	400
De 4 000 a 7 999 m ²	4 146	2 599	650	639	258
8 000 m ² e mais	3 775	2 352	603	624	196

(a) - Tomando como base o funcionamento de todos os estabelecimentos durante um ano completo

Quadro 31

UCDR - Número de transacções e Vendas médias em estabelecimentos de Comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar, por escalões AEV

2005

Escalões de AEV	Volume de Vendas médio por estabelecimento €	Volume de Vendas médio por m ² de AEV €	Número médio de transacções por estabelecimento nº	Volume de Vendas médio por transacção €
Total (Continente)	3 696 873	3 903	133 131	28
Até 399 m ²	1 209 577	4 999	73 511	16
De 400 a 999 m ²	1 805 760	3 100	69 714	26
De 1 000 a 1 999 m ²	7 187 837	4 884	219 769	33
De 2 000 a 2 499 m ²	4 750 094	2 192	135 013	35
De 2 500 a 3 999 m ²	7 031 889	2 158	157 809	45
De 4 000 a 7 999 m ²	13 990 758	3 068	517 720	27
8 000 m ² e mais	80 665 457	4 899	3 074 620	26

Quadro 32

UCDR - Volume de Vendas no Comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar, segundo a Categoria de produtos, por NUTS II

2005

Unidade: 10³ €

Categoria de produtos	Continente	NUTS II				
		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
Total de Vendas a Retalho	2 687 626	686 936	358 077	1 399 509	74 528	168 577
Produtos de cosmética e higiene pessoal, farmacêuticos e médicos e de limpeza para o lar	28 193	2 364	3 245	21 355	1 006	224
Vestuário	715 341	203 715	83 968	353 437	22 989	51 232
Calçado e artigos de couro	80 146	23 482	10 107	36 309	2 761	7 488
Mobiliário e outros artigos para uso doméstico (a)	311 124	45 234	35 218	206 184	2 256	22 232
Electrodomésticos	281 159	107 355	46 145	100 344	7 437	19 879
Aparelhos de TV, áudio e vídeo	174 506	46 374	24 234	83 830	6 099	13 969
Cassetes, discos, CD e DVD	138 147	36 092	16 846	71 569	4 979	8 661
Materiais de bricolage	192 703	39 916	39 168	94 800	7 494	11 325
Livros, jornais e artigos papelaria	69 760	19 727	4 155	41 675	1 229	2 974
Mobiliário, maquinaria e outros equipamentos para escritório, computadores e material óptico, fotográfico e de telecomunicações.	423 477	119 335	50 784	220 091	8 396	24 871
Brinquedos e jogos	46 460	13 684	3 500	28 576	24	677
Outras vendas de produtos	226 609	29 658	40 707	141 339	9 858	5 046

(a) - Inclui: louças, cutelarias, artigos de iluminação e outros artigos para o lar, nomeadamente, artigos de madeira, cortiça, vime e espartaria, assim como aparelhos, artigos e equipamentos de uso doméstico, não eléctricos e ainda têxteis confeccionados para o lar

Quadro 33

UCDR - Distribuição do Volume de Vendas no Comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar, segundo a Categoria de produtos, por NUTS II

2005

Categoria de produtos	Continente	NUTS II				
		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
Total de Vendas a Retalho	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Produtos de cosmética e higiene pessoal, farmacêuticos e médicos e de limpeza para o lar	1,0%	0,3%	0,9%	1,5%	1,3%	0,1%
Vestuário	26,6%	29,7%	23,4%	25,3%	30,8%	30,4%
Calçado e artigos de couro	3,0%	3,4%	2,8%	2,6%	3,7%	4,4%
Mobiliário e outros artigos para uso doméstico (a)	11,6%	6,6%	9,8%	14,7%	3,0%	13,2%
Electrodomésticos	10,5%	15,6%	12,9%	7,2%	10,0%	11,8%
Aparelhos de TV, áudio e vídeo	6,5%	6,8%	6,8%	6,0%	8,2%	8,3%
Cassetes, discos, CD e DVD	5,1%	5,3%	4,7%	5,1%	6,7%	5,1%
Materiais de bricolage	7,2%	5,8%	10,9%	6,8%	10,1%	6,7%
Livros, jornais e artigos papelaria	2,6%	2,9%	1,2%	3,0%	1,6%	1,8%
Mobiliário, maquinaria e outros equipamentos para escritório, computadores e material óptico, fotográfico e de telecomunicações.	15,8%	17,4%	14,2%	15,7%	11,3%	14,8%
Brinquedos e jogos	1,7%	2,0%	1,0%	2,0%	0,0%	0,4%
Outras vendas de produtos	8,4%	4,3%	11,4%	10,1%	13,2%	3,0%

(a) - Inclui: louças, cutelarias, artigos de iluminação e outros artigos para o lar, nomeadamente, artigos de madeira, cortiça, vime e espartaria, assim como aparelhos, artigos e equipamentos de uso doméstico, não eléctricos e ainda têxteis confeccionados para o lar

Quadro 34

UCDR - Volume de Vendas no Comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar, por Categoria de produtos, segundo os escalões de AEV

2005

Unidade: 10³ €

Categoria de produtos	Total Continente	Escalões de AEV			
		Até 399 m ²	De 400 a 999 m ²	De 1 000 a 1 999 m ²	De 2 000 m ² e mais (a)
Total de Vendas a Retalho	2 687 626	320 538	440 606	1 142 866	783 617
Produtos de cosmética e higiene pessoal, farmacêuticos e médicos e de limpeza para o lar	28 193	234	1 078	5 912	20 970
Vestuário	715 341	216 993	171 313	239 760	87 275
Calçado e artigos de couro	80 146	18 559	21 492	24 055	16 040
Mobiliário e outros artigos para uso doméstico (b)	311 124	8 275	14 192	34 505	254 152
Electrodomésticos	281 159	11 140	52 377	177 143	40 500
Aparelhos de TV, áudio e vídeo	174 506	11 335	40 654	87 648	34 870
Cassetes, discos, CD e DVD	138 147	8 711	26 164	91 070	12 203
Produtos de bricolage	192 703	117	1 147	63 396	128 043
Livros, jornais e artigos papelaria	69 760	1 628	6 197	54 460	7 476
Mobiliário, maquinaria, e outros equipamentos para escritório, computadores e material óptico, fotográfico e de telecomunicações	423 477	18 773	78 235	274 756	51 714
Brinquedos e jogos	46 460	12	378	36 364	9 706
Outras vendas de produtos	226 609	24 763	27 379	53 798	120 669

(a) - Agregação de escalões de AEV por razões de sigilo estatístico

(b) - Inclui: louças, cutelarias, artigos de iluminação e outros artigos para o lar, nomeadamente, artigos de madeira, cortiça, vime e espartaria, assim como aparelhos, artigos e equipamentos de uso doméstico, não eléctricos e ainda têxteis confeccionados para o lar

Quadro 35

UCDR - Distribuição do Volume de Vendas no Comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar, por Categoria de produtos, segundo os escalões de AEV

2005

Categoria de produtos	Total Continente	Escalões de AEV			
		Até 399 m ²	De 400 a 999 m ²	De 1 000 a 1 999 m ²	De 2 000 m ² e mais (a)
Total de Vendas a Retalho	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Produtos de cosmética e higiene pessoal, farmacêuticos e médicos e de limpeza para o lar	1,0%	0,1%	0,2%	0,5%	2,7%
Vestuário	26,6%	67,7%	38,9%	21,0%	11,1%
Calçado e artigos de couro	3,0%	5,8%	4,9%	2,1%	2,0%
Mobiliário e outros artigos para uso doméstico (b)	11,6%	2,6%	3,2%	3,0%	32,4%
Electrodomésticos	10,5%	3,5%	11,9%	15,5%	5,2%
Aparelhos de TV, áudio e vídeo	6,5%	3,5%	9,2%	7,7%	4,4%
Cassetes, discos, CD e DVD	5,1%	2,7%	5,9%	8,0%	1,6%
Produtos de bricolage	7,2%	0,0%	0,3%	5,5%	16,3%
Livros, jornais e artigos papelaria	2,6%	0,5%	1,4%	4,8%	1,0%
Mobiliário, maquinaria, e outros equipamentos para escritório, computadores e material óptico, fotográfico e de telecomunicações	15,8%	5,9%	17,8%	24,0%	6,6%
Brinquedos e jogos	1,7%	0,0%	0,1%	3,2%	1,2%
Outras vendas de produtos	8,4%	7,7%	6,2%	4,7%	15,4%

(a) - Agregação de escalões de AEV por razões de sigilo estatístico

(b) - Inclui: louças, cutelarias, artigos de iluminação e outros artigos para o lar, nomeadamente, artigos de madeira, cortiça, vime e espartaria, assim como aparelhos, artigos e equipamentos de uso doméstico, não eléctricos e ainda têxteis confeccionados para o lar

Quadro 36

UCDR - Importância do Volume de Vendas de produtos de Marca Própria, no total das vendas do Retalho não alimentar ou sem predominância alimentar, por NUTS II

2005

NUTS II	Estabelecimentos que comercializam produtos de Marca Própria		Vendas a retalho de produtos de Marca Própria		
	Número	% no total de estabelecimentos	10 ³ €	% no total de volume de vendas	% no total do volume de vendas dos estabelecimentos que comercializam marca própria
Continente	257	35,4%	233 332	8,7%	19,4%
Norte	97	39,0%	34 709	5,1%	13,7%
Centro	57	38,5%	21 652	6,0%	13,5%
Lisboa	60	25,2%	158 629	11,3%	23,9%
Alentejo	22	48,9%	8 112	10,9%	17,5%
Algarve	21	44,7%	10 230	6,1%	13,5%

Quadro 37

UCDR - Importância do Volume de Vendas de produtos de Marca Própria, no total das vendas do Retalho não alimentar ou sem predominância alimentar, segundo os escalões de AEV

2005

Escalões de AEV	Estabelecimentos que comercializam produtos de Marca Própria		Vendas a Retalho de Marca Própria		
	Número	% no total de estabelecimentos	10 ³ €	% no total de volume de vendas	% no total do volume de vendas dos estabelecimentos que comercializam marca própria
Total (Continente)	257	35,4%	233 332	8,7%	19,4%
Até 399 m ²	54	20,4%	11 651	3,6%	16,8%
De 400 a 999 m ²	144	59,0%	53 558	12,2%	17,6%
De 1 000 a 1 999 m ²	50	31,4%	33 807	3,0%	8,4%
De 2 000 a 2 499 m ²	5	33,3%	3 482	4,9%	12,3%
De 2 500 a 3 999 m ²	2	5,9%	3 456	1,4%	8,2%
De 4 000 a 7 999 m ²	0	0,0%	0	0,0%	0,0%
8 000 m ² e mais	2	40,0%	127 378	31,6%	35,9%

Quadro 38

UCDR - Proporção do Volume de Vendas no Comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar, segundo o Meio de Pagamento, por escalões de AEV

2005

Escalões de AEV	Total	Numerário	Cartão de Débito	Cartão de Crédito	Cheque	Outros
Total (Continente)	100,0%	25,4%	44,8%	18,3%	2,4%	9,2%
Até 399 m ²	100,0%	35,5%	39,4%	21,0%	2,5%	1,6%
De 400 a 999 m ²	100,0%	29,9%	39,3%	22,5%	2,7%	5,6%
De 1 000 a 1 999 m ²	100,0%	25,0%	46,8%	18,7%	3,3%	6,2%
De 2 000 a 2 499 m ²	100,0%	22,4%	35,6%	25,9%	1,7%	14,4%
De 2 500 a 3 999 m ²	100,0%	24,9%	45,0%	17,7%	2,1%	10,3%
De 4 000 a 7 999 m ²	100,0%	21,1%	52,1%	24,6%	1,8%	0,4%
8 000 m ² e mais	100,0%	14,8%	49,5%	8,3%	0,2%	27,3%

Quadro 39

UCDR - Proporção do Volume de Vendas no Comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar, segundo o Meio de Pagamento, por NUTS II

2005

NUTS II	Total	Numerário	Cartão de Débito	Cartão de Crédito	Cheque	Outros
Continente	100,0%	25,4%	44,8%	18,3%	2,4%	9,2%
Norte	100,0%	30,2%	41,6%	19,7%	2,9%	5,6%
Centro	100,0%	29,0%	44,4%	15,6%	3,6%	7,4%
Lisboa	100,0%	21,2%	47,3%	18,1%	1,8%	11,6%
Alentejo	100,0%	34,1%	45,7%	12,2%	3,6%	4,5%
Algarve	100,0%	28,7%	37,0%	22,0%	2,9%	9,3%

Quadro 40

UCDR - Comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar, segundo as suas características - Infraestruturas e Equipamento - , por escalões de AEV

2005

Escalões de AEV	Número de estabelecimentos				Número médio de Caixas de Saída
	TOTAL	Situados em Centro Comercial	Com Parque de Estacionamento	Com Caixas com Leitura Óptica	
Total (Continente)	727	540	489	722	4
Até 399 m ²	265	211	103	265	2
De 400 a 999 m ²	244	205	212	244	2
De 1 000 a 1 999 m ²	159	97	118	159	5
De 2 000 a 2 499 m ²	15	10	14	14	5
De 2 500 a 3 999 m ²	34	15	32	30	5
De 4 000 a 7 999 m ²	5	1	5	5	7
8 000 m ² e mais	5	1	5	5	104

Quadro 41

UCDR - Síntese dos principais resultados
- Estabelecimentos de Comércio por grosso, por NUTS II -

Variáveis/Indicadores	Unidade	Continente	NUTS II				
			Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
2005							
Nº estabelecimentos	nº	120	31	33	28	11	17
Área de Exposição e Venda							
Total	m²	418 201	126 396	113 262	110 067	18 590	49 886
Média	m²	3 485	4 077	3 432	3 931	1 690	2 934
Nº de Pessoas ao Serviço							
Total	nº	6 606	1 846	1 558	2 125	274	803
Do qual:							
A tempo completo	nº	6 334	1 754	1 513	2 000	274	793
Do género feminino	nº	2 838	784	605	995	90	364
Média por estabelecimento	nº	55	60	47	76	25	47
Nº de horas abertos ao público							
Total	h	432 968	116 087	113 354	103 916	37 415	62 195
Média anual por estabelecimento (a)	h	3 608	3 745	3 435	3 711	3 401	3 659
Média diária por estabelecimento	h	10	10	10	10	9	10
Volume de Negócios	10 ³ €	1 980 212	530 895	474 993	665 629	72 756	235 940
Volume de Vendas							
Total	10 ³ €	1 940 787	520 144	472 178	642 442	72 142	233 880
Média por estabelecimento	10 ³ €	16 173	16 779	14 308	22 944	6 558	13 758
Média por m² de AEV	€	4 641	4 115	4 169	5 837	3 881	4 688
Remunerações Ilíquidas							
Total	10 ³ €	83 014	22 246	19 099	27 596	2 940	11 134
Média anual por pessoa ao serviço (a)	€	12 216	11 948	12 532	11 882	11 445	13 140
Média mensal por pessoa ao serviço	€	873	853	895	849	818	939
Número de transacções							
Total	nº	13 205 049	4 150 234	2 465 617	4 180 677	428 564	1 979 957
Média por estabelecimento	nº	110 042	133 879	74 716	149 310	38 960	116 468
Média por m² de AEV	nº	32	33	22	38	23	40
Volume de Vendas médio por transacção	€	147	125	192	154	168	118
2004							
Nº estabelecimentos	nº	120	30	32	30	9	19
Área de Exposição e Venda							
Total	m²	393 237	114 788	111 999	96 249	17 068	53 133
Média	m²	3 277	3 826	3 500	3 208	1 896	2 796
Nº de Pessoas ao Serviço							
Total	nº	6 369	1 724	1 522	2 055	242	826
Do qual:							
A tempo completo	nº	6 003	3 101 (b)		1 880	242	780
Do género feminino	nº	2 772	765	594	983	79	351
Média por estabelecimento	nº	53	57	48	69	27	43
Nº de horas abertos ao público							
Total	h	424 394	114 978	104 793	108 455	26 534	69 634
Média anual por estabelecimento (a)	h	3 537	3 833	3 275	3 615	2 948	3 665
Média diária por estabelecimento	h	10	11	9	10	8	10
Volume de Negócios	10 ³ €	2 047 945	530 900	478 434	710 265	77 965	250 381
Volume de Vendas							
Total	10 ³ €	2 011 167	524 568	471 967	690 302	74 231	250 098
Média por estabelecimento	10 ³ €	16 760	17 486	14 749	23 010	8 248	13 163
Média por m² de AEV	€	5 114	4 570	4 214	7 172	4 349	4 707
Remunerações Ilíquidas							
Total	10 ³ €	76 808	20 526	17 252	25 201	2 503	11 326
Média anual por pessoa ao serviço (a)	€	11 323	10 929	11 033	11 275	9 900	13 182
Média mensal por pessoa ao serviço	€	809	781	788	805	707	942
Número de transacções							
Total	nº	10 789 630	3 831 407	1 807 237	3 387 989	24 246	1 738 751
Média por estabelecimento	nº	89 914	127 714	56 476	112 933	2 694	91 513
Média por m² de AEV	nº	27	33	16	35	1	33
Volume de Vendas médio por transacção	€	186	137	261	204	3062	144

(a) - Tomando como base o funcionamento de todos os estabelecimentos durante um ano completo

(b) - Agregação das Regiões Norte e Centro, por razões de sigilo estatístico

Quadro 42

UCDR - Síntese dos principais resultados
- Estabelecimentos de Comércio por grosso, por escalões de AEV -

Variáveis/Indicadores	Unidade	Total (Continente)	Escalões de AEV					
			Até 999 m ²	1 000 a 1 999 m ²	2 000 a 2 999 m ²	3 000 a 3 999 m ²	4 000 a 7 999 m ²	8 000 m ² e mais
2005								
Nº estabelecimentos	nº	120	11	32	26	17	21	13
Área de Exposição e Venda								
Total	m ²	418 201	4 079	50 838	59 598	56 959	107 797	138 930
Média	m ²	3 485	371	1 589	2 292	3 351	5 133	10 687
Nº de Pessoas ao Serviço								
Total	nº	6 606	207	927	829	797	1 571	2 275
Do qual:								
A tempo completo	nº	6 334	205	927	827	797	1 550	2 028
Do género feminino	nº	2 838	54	272	358	342	711	1 101
Média por estabelecimento	nº	55	19	29	32	47	75	175
Nº de horas abertos ao público								
Total	h	432 968	30 917	106 237	105 489	58 920	75 165	56 239
Média anual por estabelecimento (a)	h	3 608	2 811	3 320	4 057	3 466	3 579	4 326
Média diária por estabelecimento	h	10	8	9	11	10	10	12
Volume de Negócios	10 ⁻³ €	1 980 212	26 712	237 323	215 926	270 662	505 563	724 025
Volume de Vendas								
Total	10 ⁻³ €	1 940 787	25 871	230 834	203 057	270 229	500 406	710 390
Média por estabelecimento	10 ⁻³ €	16 173	2 352	7 214	7 810	15 896	23 829	54 645
Média por m ² de AEV	€	4 641	6 342	4 541	3 407	4 744	4 642	5 113
Remunerações Ilíquidas								
Total	10 ⁻³ €	83 014	2 982	12 310	8 435	10 000	21 728	27 559
Média anual por pessoa ao serviço (a)	€	12 216	15 389	12 446	10 614	11 604	12 610	12 330
Média mensal por pessoa ao serviço	€	873	1 099	889	758	829	901	881
Número de transacções								
Total	nº	13 205 049	269 701	1 425 205	2 626 810	1 602 099	2 247 192	5 034 042
Média por estabelecimento	nº	110 042	24 518	44 538	101 031	94 241	107 009	387 234
Média por m ² de AEV	nº	32	66	28	44	28	21	36
Volume de Vendas Médio por transacção	€	147	96	162	77	169	223	141
2004								
Nº estabelecimentos	nº	120	17	22	30	17	24	10
Área de Exposição e Venda								
Total	m ²	393 237	5 316	34 196	68 158	56 667	124 786	104 114
Média	m ²	3 277	313	1 554	2 272	3 333	5 199	10 411
Nº de Pessoas ao Serviço								
Total	nº	6 369	268	566	914	721	1 784	2 116
Do qual:								
A tempo completo	nº	6 003	246	564	898	697	1 709	1 889
Do género feminino	nº	2 772	86	186	379	298	807	1 016
Média por estabelecimento	nº	53	16	26	30	42	74	212
Nº de horas abertos ao público								
Total	h	424 394	44 661	72 045	115 520	59 990	86 795	45 383
Média anual por estabelecimento (a)	h	3 537	2 627	3 275	3 851	3 529	3 616	4 538
Média diária por estabelecimento	h	10	7	9	11	10	10	13
Volume de Negócios	10 ⁻³ €	2 047 945	38 344	162 477	232 575	259 432	682 564	672 552
Volume de Vendas								
Total	10 ⁻³ €	2 011 167	36 794	156 542	223 262	254 308	668 684	671 578
Média por estabelecimento	10 ⁻³ €	16 760	2 164	7 116	7 442	14 959	27 862	67 158
Média por m ² de AEV	€	5 114	6 921	4 578	3 276	4 488	5 359	6 450
Remunerações Ilíquidas								
Total	10 ⁻³ €	76 808	4 034	7 004	9 648	8 192	22 346	25 584
Média anual por pessoa ao serviço (a)	€	11 323	14 020	10 843	10 058	10 830	11 572	11 825
Média mensal por pessoa ao serviço	€	809	1 001	775	718	774	827	845
Número de transacções								
Total	nº	10 789 630	245 740	658 377	1 809 709	1 288 855	1 870 834	4 916 115
Média por estabelecimento	nº	89 914	14 455	29 926	60 324	75 815	77 951	491 612
Média por m ² de AEV	nº	27	46	19	27	23	15	47
Volume de Vendas Médio por transacção	€	186	150	238	123	197	357	137

(a) - Tomando como base o funcionamento de todos os estabelecimentos durante um ano completo

Quadro 43

UCDR - Volume de Vendas do Comércio por grosso, segundo a Categoria de produtos, por NUTS II

Unidade: 10³ €

Categoria de produtos	Continente	NUTS II				
		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
2005						
Total de Vendas	1 940 787	520 144	472 178	642 443	72 142	233 880
Produtos Alimentares, Bebidas e Tabaco	1 361 967	380 762	315 174	447 910	46 024	172 096
Fruta e produtos hortícolas	98 448	31 995	19 743	31 804	2 431	12 475
Carne e produtos à base de carne	117 461	34 495	22 990	43 903	1 126	14 947
Leite e derivados, ovos, azeite, óleos e gorduras alimentares	253 621	79 767	60 079	69 753	7 673	36 349
Açúcar, chocolate e produtos de confeitaria	84 176	23 463	24 227	26 886	3 134	6 466
Café, chá, cacau e especiarias	41 070	10 779	11 044	12 502	1 844	4 901
Bebidas	357 359	97 009	80 179	116 862	11 741	51 568
Tabaco manufacturado	128 334	16 801	32 196	56 470	10 006	12 862
Outros produtos alimentares	281 498	86 453	64 716	89 731	8 070	32 528
Bens de Consumo doméstico, excepto alimentação, bebidas e tabaco	333 694	88 816	72 425	128 878	11 587	31 988
Electrodomésticos, material eléctrico para instalação, aparelhos de iluminação, de rádio, de televisão, de vídeo, discos, cassetes, CD, e DVD	46 301	15 652	6 053	15 649	233	8 714
Cutelaria, louças em cerâmica e em vidro, papel de parede e produtos de limpeza	123 724	35 385	33 460	38 433	5 610	10 836
Produtos cosméticos, de higiene pessoal, farmacêuticos e similares	73 709	22 198	20 749	20 971	4 060	5 730
Outros bens de consumo doméstico	89 960	15 580	12 163	53 826	1 683	6 708
Máquinas e equipamentos	112 647	28 047	24 924	47 872	5 097	6 706
Outras Vendas de Produtos	132 480	22 519	59 656	17 782	9 434	23 090
2004						
Total de Vendas	1 997 739	521 026	470 440	683 421	74 231	248 621
Produtos Alimentares, Bebidas e Tabaco	1 328 045	349 211	299 158	462 092	44 673	172 911
Fruta e produtos hortícolas	81 183	23 268	17 559	27 610	2 253	10 492
Carne e produtos à base de carne	113 284	34 749	19 916	38 689	812	19 117
Leite e derivados, ovos, azeite, óleos e gorduras alimentares	225 067	72 790	58 712	59 115	5 294	29 156
Açúcar, chocolate e produtos de confeitaria	104 401	28 335	26 777	32 354	3 566	13 369
Café, chá, cacau e especiarias	28 571	8 170	7 363	7 351	684	5 003
Bebidas	412 782	90 369	86 883	161 359	18 149	56 022
Tabaco manufacturado	126 355	17 987	27 900	59 200	7 363	13 905
Outros produtos alimentares	236 402	73 543	54 047	76 414	6 552	25 847
Bens de Consumo doméstico, excepto alimentação, bebidas e tabaco	370 608	100 117	66 555	153 653	13 536	36 747
Electrodomésticos, material eléctrico para instalação, aparelhos de iluminação, de rádio, de televisão, de vídeo, discos, cassetes, CD, e DVD	54 639	17 645	7 831	22 017	908	6 238
Cutelaria, louças em cerâmica e em vidro, papel de parede e produtos de limpeza	137 157	25 700	30 669	59 054	8 817	12 917
Produtos cosméticos, de higiene pessoal, farmacêuticos e similares	71 082	29 311	13 027	15 929	2 621	10 194
Outros bens de consumo doméstico	107 730	27 461	15 029	56 654	1 189	7 398
Máquinas e equipamentos	121 070	33 259	24 362	50 693	5 840	6 917
Outras Vendas de Produtos	178 015	38 440	80 364	16 982	10 183	32 046

Quadro 44

UCDR - Distribuição do Volume de Vendas do Comércio por grosso, segundo a Categoria de produtos, por NUTS II

Categoria de produtos	Continente	NUTS II				
		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
2005						
Total de Vendas	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Produtos Alimentares, Bebidas e Tabaco	70,2%	73,2%	66,7%	69,7%	63,8%	73,6%
Fruta e produtos hortícolas	5,1%	6,2%	4,2%	5,0%	3,4%	5,3%
Carne e produtos à base de carne	6,1%	6,6%	4,9%	6,8%	1,6%	6,4%
Leite e derivados, ovos, azeite, óleos e gorduras alimentares	13,1%	15,3%	12,7%	10,9%	10,6%	15,5%
Açúcar, chocolate e produtos de confeitaria	4,3%	4,5%	5,1%	4,2%	4,3%	2,8%
Café, chá, cacau e especiarias	2,1%	2,1%	2,3%	1,9%	2,6%	2,1%
Bebidas	18,4%	18,7%	17,0%	18,2%	16,3%	22,0%
Tabaco manufacturado	6,6%	3,2%	6,8%	8,8%	13,9%	5,5%
Outros produtos alimentares	14,5%	16,6%	13,7%	14,0%	11,2%	13,9%
Bens de Consumo doméstico, excepto alimentação, bebidas e tabaco	17,2%	17,1%	15,3%	20,1%	16,1%	13,7%
Electrodomésticos, material eléctrico para instalação, aparelhos de iluminação, de rádio, de televisão, de vídeo, discos, cassetes, CD, e DVD	2,4%	3,0%	1,3%	2,4%	0,3%	3,7%
Cutelaria, louças em cerâmica e em vidro, papel de parede e produtos de limpeza	6,4%	6,8%	7,1%	6,0%	7,8%	4,6%
Produtos cosméticos, de higiene pessoal, farmacêuticos e similares	3,8%	4,3%	4,4%	3,3%	5,6%	2,5%
Outros bens de consumo doméstico	4,6%	3,0%	2,6%	8,4%	2,3%	2,9%
Máquinas e equipamentos	5,8%	5,4%	5,3%	7,5%	7,1%	2,9%
Outras Vendas de Produtos	6,8%	4,3%	12,6%	2,8%	13,1%	9,9%
2004						
Total de Vendas	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Produtos Alimentares, Bebidas e Tabaco	66,5%	67,0%	63,6%	67,6%	60,2%	69,5%
Fruta e produtos hortícolas	4,1%	4,5%	3,7%	4,0%	3,0%	4,2%
Carne e produtos à base de carne	5,7%	6,7%	4,2%	5,7%	1,1%	7,7%
Leite e derivados, ovos, azeite, óleos e gorduras alimentares	11,3%	14,0%	12,5%	8,6%	7,1%	11,7%
Açúcar, chocolate e produtos de confeitaria	5,2%	5,4%	5,7%	4,7%	4,8%	5,4%
Café, chá, cacau e especiarias	1,4%	1,6%	1,6%	1,1%	0,9%	2,0%
Bebidas	20,7%	17,3%	18,5%	23,6%	24,4%	22,5%
Tabaco manufacturado	6,3%	3,5%	5,9%	8,7%	9,9%	5,6%
Outros produtos alimentares	11,8%	14,1%	11,5%	11,2%	8,8%	10,4%
Bens de Consumo doméstico, excepto alimentação, bebidas e tabaco	18,6%	19,2%	14,1%	22,5%	18,2%	14,8%
Electrodomésticos, material eléctrico para instalação, aparelhos de iluminação, de rádio, de televisão, de vídeo, discos, cassetes, CD, e DVD	2,7%	3,4%	1,7%	3,2%	1,2%	2,5%
Cutelaria, louças em cerâmica e em vidro, papel de parede e produtos de limpeza	6,9%	4,9%	6,5%	8,6%	11,9%	5,2%
Produtos cosméticos, de higiene pessoal, farmacêuticos e similares	3,6%	5,6%	2,8%	2,3%	3,5%	4,1%
Outros bens de consumo doméstico	5,4%	5,3%	3,2%	8,3%	1,6%	3,0%
Máquinas e equipamentos	6,1%	6,4%	5,2%	7,4%	7,9%	2,8%
Outras Vendas de Produtos	8,9%	7,4%	17,1%	2,5%	13,7%	12,9%

Quadro 45

UCDR - Volume de Vendas do Comércio por grosso, segundo a Categoria de produtos, por escalões de AEV

Unidade: 10³ €

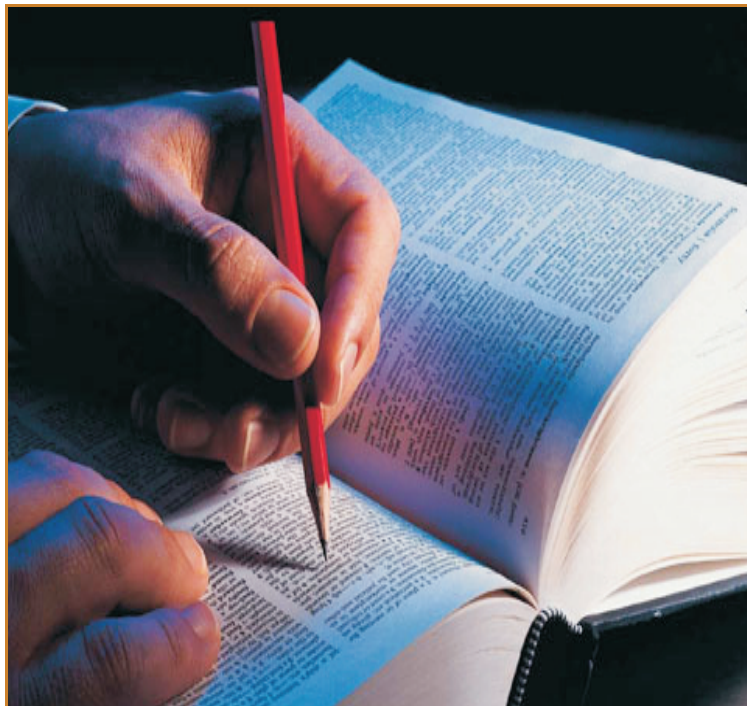
Unidade: 10³

Categoria de produtos	Total (Continente)	Área de Exposição e Venda				
		Até 1 999 m ²	De 2 000 a 2 999 m ²	De 3 000 a 3 999 m ²	De 4 000 a 7 999 m ²	8 000 m ² e mais
2005						
Total de Vendas	1 940 787	256 705	203 057	270 229	500 406	710 390
Produtos Alimentares, Bebidas e Tabaco	1 361 967	103 766	136 332	221 078	358 946	541 845
Fruta e produtos hortícolas	98 448	6 564	7 691	14 387	30 466	39 340
Carne e produtos à base de carne	117 461	4 947	7 507	13 647	32 145	59 214
Leite e derivados, ovos, azeite, óleos e gorduras alimentares	253 621	19 224	27 474	47 513	72 565	86 845
Açúcar, chocolate e produtos de confeitaria	84 176	5 787	9 497	12 681	25 090	31 122
Café, chá, cacau e especiarias	41 070	3 147	5 238	7 098	11 296	14 291
Bebidas	357 359	28 240	37 578	70 306	96 334	124 901
Tabaco manufacturado	128 334	15 689	16 703	13 246	14 968	67 728
Outros produtos alimentares	281 498	20 168	24 643	42 200	76 082	118 405
Bens de Consumo doméstico, excepto alimentação, bebidas e tabaco	333 694	15 804	33 453	35 025	105 171	144 242
Electrodomésticos, material eléctrico para instalação, aparelhos de iluminação, de rádio, de televisão, de vídeo, discos, cassetes, CD, e DVD	46 301	600	5 208	1 672	2 728	36 093
Cutelaria, louças em cerâmica e em vidro, papel de parede e produtos de limpeza	123 724	8 248	10 720	16 475	33 221	55 061
Produtos cosméticos, de higiene pessoal, farmacêuticos e similares	73 709	5 076	8 894	11 520	20 813	27 406
Outros bens de consumo doméstico	89 960	1 880	8 630	5 359	48 409	25 681
Máquinas e equipamentos	112 647	57 540	5 920	2 093	33 368	13 726
Outras Vendas de Produtos	132 480	79 596	27 353	12 033	2 921	10 577
2004						
Total de Vendas	1 997 739	36 680	156 542	223 262	254 308	1 326 947
Produtos Alimentares, Bebidas e Tabaco	1 328 045	5 981	84 757	146 402	199 521	891 384
Fruta e produtos hortícolas	81 183	397	6 017	6 623	9 921	58 224
Carne e produtos à base de carne	113 284	255	3 798	5 885	13 949	89 397
Leite e derivados, ovos, azeite, óleos e gorduras alimentares	225 067	501	16 191	19 592	35 898	152 885
Açúcar, chocolate e produtos de confeitaria	104 401	282	7 276	11 038	15 410	70 396
Café, chá, cacau e especiarias	28 571	48	1 748	2 686	4 910	19 181
Bebidas	412 782	3 006	22 850	64 841	76 449	245 637
Tabaco manufacturado	126 355	460	9 671	17 324	11 942	86 958
Outros produtos alimentares	236 402	1 032	17 207	18 414	31 043	168 707
Bens de Consumo doméstico, excepto alimentação, bebidas e tabaco	370 608	3 950	12 465	44 758	36 243	273 192
Electrodomésticos, material eléctrico para instalação, aparelhos de iluminação, de rádio, de televisão, de vídeo, discos, cassetes, CD, e DVD	54 639	170	84	2 909	1 571	49 904
Cutelaria, louças em cerâmica e em vidro, papel de parede e produtos de limpeza	137 157	1 213	4 922	26 332	19 006	85 685
Produtos cosméticos, de higiene pessoal, farmacêuticos e similares	71 082	144	3 889	7 557	9 195	50 298
Outros bens de consumo doméstico	107 730	2 423	3 571	7 960	6 472	87 305
Máquinas e equipamentos	121 070	15 501	36 646	4 143	1 829	62 952
Outras Vendas de Produtos	178 015	11 248	22 674	27 960	16 716	99 419

Quadro 46

UCDR - Distribuição do Volume de Vendas do Comércio por grosso, segundo a Categoria de produtos, por escalões de AEV

Categoria de produtos	Total (Continente)	Área de Exposição e Venda				
		Até 1 999 m ²	De 2 000 a 2 999 m ²	De 3 000 a 3 999 m ²	De 4 000 a 7 999 m ²	8 000 m ² e mais
2005						
Total de Vendas	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Produtos Alimentares, Bebidas e Tabaco	70,2%	40,4%	67,1%	81,8%	71,7%	76,3%
Fruta e produtos hortícolas	5,1%	2,6%	3,8%	5,3%	6,1%	5,5%
Carne e produtos à base de carne	6,1%	1,9%	3,7%	5,1%	6,4%	8,3%
Leite e derivados, ovos, azeite, óleos e gorduras alimentares	13,1%	7,5%	13,5%	17,6%	14,5%	12,2%
Açúcar, chocolate e produtos de confeitaria	4,3%	2,3%	4,7%	4,7%	5,0%	4,4%
Café, chá, cacau e especiarias	2,1%	1,2%	2,6%	2,6%	2,3%	2,0%
Bebidas	18,4%	11,0%	18,5%	26,0%	19,3%	17,6%
Tabaco manufacturado	6,6%	6,1%	8,2%	4,9%	3,0%	9,5%
Outros produtos alimentares	14,5%	7,9%	12,1%	15,6%	15,2%	16,7%
Bens de Consumo doméstico, excepto alimentação, bebidas e tabaco	17,2%	6,2%	16,5%	13,0%	21,0%	20,3%
Electrodomésticos, material eléctrico para instalação, aparelhos de iluminação, de rádio, de televisão, de vídeo, discos, cassetes, CD, e DVD	2,4%	0,2%	2,6%	0,6%	0,5%	5,1%
Cutelaria, louças em cerâmica e em vidro, papel de parede e produtos de limpeza	6,4%	3,2%	5,3%	6,1%	6,6%	7,8%
Produtos cosméticos, de higiene pessoal, farmacêuticos e similares	3,8%	2,0%	4,4%	4,3%	4,2%	3,9%
Outros bens de consumo doméstico	4,6%	0,7%	4,3%	2,0%	9,7%	3,6%
Máquinas e equipamentos	5,8%	22,4%	2,9%	0,8%	6,7%	1,9%
Outras Vendas de Produtos	6,8%	31,0%	13,5%	4,5%	0,6%	1,5%
2004						
Total de Vendas	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Produtos Alimentares, Bebidas e Tabaco	66,5%	47,0%	65,6%	78,5%	71,2%	63,1%
Fruta e produtos hortícolas	4,1%	3,3%	3,0%	3,9%	4,1%	4,7%
Carne e produtos à base de carne	5,7%	2,1%	2,6%	5,5%	4,7%	8,8%
Leite e derivados, ovos, azeite, óleos e gorduras alimentares	11,3%	8,6%	8,8%	14,1%	12,7%	10,3%
Açúcar, chocolate e produtos de confeitaria	5,2%	3,9%	4,9%	6,1%	5,7%	4,9%
Café, chá, cacau e especiarias	1,4%	0,9%	1,2%	1,9%	1,5%	1,4%
Bebidas	20,7%	13,4%	29,0%	30,1%	21,8%	15,1%
Tabaco manufacturado	6,3%	5,2%	7,8%	4,7%	8,0%	5,1%
Outros produtos alimentares	11,8%	9,4%	8,2%	12,2%	12,7%	12,8%
Bens de Consumo doméstico, excepto alimentação, bebidas e tabaco	18,6%	8,5%	20,0%	14,3%	21,7%	19,4%
Electrodomésticos, material eléctrico para instalação, aparelhos de iluminação, de rádio, de televisão, de vídeo, discos, cassetes, CD, e DVD	2,7%	0,1%	1,3%	0,6%	1,0%	6,6%
Cutelaria, louças em cerâmica e em vidro, papel de parede e produtos de limpeza	6,9%	3,2%	11,8%	7,5%	7,1%	5,8%
Produtos cosméticos, de higiene pessoal, farmacêuticos e similares	3,6%	2,1%	3,4%	3,6%	4,9%	2,7%
Outros bens de consumo doméstico	5,4%	3,1%	3,6%	2,5%	8,8%	4,3%
Máquinas e equipamentos	6,1%	27,0%	1,9%	0,7%	5,1%	4,4%
Outras Vendas de Produtos	8,9%	17,6%	12,5%	6,6%	2,0%	13,1%



**Metodologia,
Conceitos,
Nomenclaturas
e Classificações**

O Inquérito aos Estabelecimentos Comerciais – Unidades Comerciais de Dimensão Relevante (UCDR) visa observar as características principais destas unidades com o objectivo de caracterizar o perfil do conjunto destes estabelecimentos e de produzir informação económica não observada por outros inquéritos.

Âmbito, periodicidade e recolha

Esta operação estatística tem suporte num inquérito exaustivo às unidades comerciais abrangidas pelo conceito estatístico de UCDR à frente descrito, situadas geograficamente no Continente, tem uma periodicidade anual e inquire directamente os estabelecimentos por via postal ou electrónica.

Recolhe informação qualitativa e quantitativa sobre estas unidades, dados físicos e económicos, como o horário de abertura ao público, as suas características em termos de infra-estruturas, a área, dados relativos ao número de transacções, aos meios de pagamento, ao pessoal ao serviço, às remunerações, ao volume de negócios, ao volume de vendas por produto (segundo uma classificação harmonizada), às vendas de produtos de marca própria, entre outros.

Definição de UCDR

Entende-se por Unidade Comercial de Dimensão Relevante (UCDR) o estabelecimento, considerado individualmente ou no quadro de um conjunto pertencente a uma mesma empresa ou grupo de empresas, em que se exerce a actividade comercial e relativamente ao qual, se verificam as condições:

- Sendo de comércio a retalho alimentar ou misto, disponham de uma área de venda contínua igual ou superior a 2 000 m²;
- Sendo de comércio a retalho não alimentar, disponham de uma área de venda contínua, igual ou superior a 4 000 m²;
- Sendo de comércio por grosso, disponham de uma área de venda contínua, igual ou superior a 5 000 m²;
- Sendo de comércio a retalho alimentar ou misto, pertencentes a uma empresa ou grupo de empresas que detenha, a nível do Continente, uma área de venda acumulada, de comércio a retalho alimentar, igual ou superior a 15 000 m²;
- Sendo de comércio a retalho não alimentar, pertencentes a uma empresa ou grupo que detenha, a nível do Continente, uma área de venda acumulada igual ou superior a 25 000 m²;
- Sendo de comércio por grosso, pertencentes a uma empresa ou grupo que detenha, a nível do Continente, uma área de venda acumulada igual ou superior a 30 000 m².

Universo de referência

É constituído pelas unidades de dimensão relevante de:

- Comércio a Retalho em Estabelecimentos Não Especializados (Divisão 521 da CAE Rev. 2.1);
- Comércio a Retalho em Estabelecimentos Especializados (Grupos 522, 523, 524 da CAE Rev. 2.1);
- Comércio por Grosso (Divisão 51 da CAE Rev. 2.1).

Unidade de observação

Unidade Comercial de Dimensão Relevante (UCDR) - estabelecimento.

São dois os questionários utilizados como suporte da recolha da informação e que figuram em anexo a este documento:

- Comércio a retalho
- Comércio por grosso

Variáveis de Observação/Difusão

Área de Exposição e Venda
 Estabelecimentos com marca própria
 Estabelecimentos com parque de estacionamento
 Estabelecimentos situados em centro comercial
 Meios de pagamento utilizados
 Nº de horas aberto ao público
 Número de caixas de saída
 Número de estabelecimentos
 Número de transacções
 Pessoal ao serviço
 Pessoal ao serviço por duração do trabalho
 Pessoal ao serviço por género
 Remunerações ilíquidas
 Volume de negócios
 Volume de vendas
 Volume de vendas por categorias de produtos

Os resultados publicados são desagregados segundo a NUTS II, a área de actividade, e o escalão de área de exposição e venda.

A desagregação por área de actividade traduz-se na desagregação em três grupos de actividade, resultantes do agrupamento dos estabelecimentos do retalho alimentar ou com predominância alimentar (especializados ou mistos), dos estabelecimentos do retalho não alimentar ou sem predominância alimentar (especializados ou mistos) e dos estabelecimentos do comércio por grosso.

A fonte dos dados utilizados no cálculo dos indicadores relacionados com a população residente do Quadro 11 e do Quadro 24 é: INE, Estimativas Provisórias de População Residente Intercensitárias 2005.

O cálculo da Remuneração média anual por pessoa tem por referência o funcionamento de todos os estabelecimentos durante um ano completo.

A remuneração média mensal corresponde à remuneração média anual dividida por 14 meses.

Tratamento de Não Respostas

O Universo é observado exaustivamente sendo imputados valores ao nível do estabelecimento, para as não respostas parciais.

Método de cálculo

As imputações de não respostas são produzidas ao nível do estabelecimento para as variáveis “Remunerações”, “Número de transacções” e “Meios de pagamento”.

Remunerações

Os estabelecimentos são agregados em estratos em função da CAE, NUTS II, do Escalão de Área de Exposição e Venda e do Escalão de Número de pessoas ao serviço a que pertencem .

Com base nos valores declarados calcula-se, para cada estabelecimento, a sua Remuneração Média Mensal Total (RMMET) através da fórmula:

$$RMMET = \frac{REM}{NMA}$$

em que:

REM - Remunerações totais do estabelecimento

NMA – Número de meses de actividade do estabelecimento

Em seguida calcula-se a Remuneração Média Mensal por Pessoa em cada estrato (RMMPE), da seguinte forma:

$$RMMPE = \frac{\sum RMMET}{\sum NPS}$$

em que:

NPS – Número de pessoas ao serviço por estabelecimento

Por último atribui-se para cada estabelecimento com não resposta à variável “Remunerações” o valor calculado da seguinte forma, por estrato:

$$REM = NPS \times NMA \times RMMPE$$

em que:

REM – Remuneração total do estabelecimento a imputar

NPS – Número de pessoas ao serviço do estabelecimento a imputar

NMA – Número de meses em actividade do estabelecimento a imputar

Número de transacções

Os estabelecimentos são agregados em estratos em função da CAE e NUTS II a que pertencem e também em função do seu Escalão de Área de Exposição e Venda e Escalão de Número de pessoas ao serviço.

Com base nos valores declarados calcula-se, para cada estrato, o Volume de Vendas Médio por Transacção (VMT) através da fórmula:

$$VMT = \frac{\sum VV}{\sum NT}$$

em que:

VV – Volume de Vendas dos estabelecimentos

NT – Número de transacções nos estabelecimentos

Em seguida atribui-se para cada estabelecimento com não resposta à variável “Número de transacções” o valor calculado da seguinte forma:

$$NTe = \frac{VVe}{VMT}$$

em que:

NTe – Número de transacções do estabelecimento a imputar

VVe – Volume de Vendas do estabelecimento a imputar

Meios de pagamento

(esta variável é recolhida em percentagem do volume de vendas)

Os estabelecimentos de comércio a retalho são agregados em estratos em função da CAE e NUTS II a que pertencem e também em função do seu Escalão de Área de Exposição e Venda.

Os estabelecimentos de comércio por grosso são agregados em estratos em função da CAE e NUTS II a que pertencem.

Com base nos valores declarados calcula-se, para cada estabelecimento, o Volume de Vendas efectuado através de cada um dos meios de pagamento, através das seguintes fórmulas:

$$VMeioPag_i = \frac{VV \times PMeioPag_i}{100}$$

em que:

VMeioPag_i – Volume de Vendas pagas com o meio de pagamento i, no estabelecimento

VV – Volume de Vendas do estabelecimento

PMeioPag_i – Percentagem do volume de vendas paga com o meio de pagamento i, no estabelecimento

Em seguida atribui-se para cada estabelecimento com não resposta à variável “Meios de Pagamento” o valor calculado da seguinte forma:

$$PMeioPag_i = \frac{\sum VMeioPag_i}{\sum VV} \times 100$$

em que:

PVMeioPag_i – Percentagens do Volume de Vendas pagas com o meio de pagamento i, no estabelecimento a imputar

VMeioPag_i – Volume de Vendas pago por cada meio de pagamento no estrato

VV – Volume de Vendas total no estrato

Confidencialidade dos dados

Aplicam-se as regras de confidencialidade de segredo estatístico em vigor sempre que a informação resulte de um número de observações inferior a três. Da aplicação do princípio do segredo estatístico surgiu a necessidade de agregar algumas NUTS II, escalões de área de exposição e venda, escalões de pessoal ao serviço e categorias de produtos, entre outras.

Classificações e Nomenclaturas

São utilizadas duas classificações e uma nomenclatura: a Classificação Portuguesa das Actividades Económicas (CAE Rev. 2.1), para a codificação da actividade económica da empresa e dos estabelecimentos; a Classificação de Produtos por Actividade (CPA Versão 2002), no Quadro 9 dos questionários a fim de reorganizar a listagem de produtos e/ou grupos de produtos vendidos, a Nomenclatura de Unidades Territoriais para Fins Estatísticos, NUTS, para a codificação da localização dos mesmos e o Código Postal.

Conceitos Estatísticos

Actividade Principal - Actividade principal é a que representa a maior importância no conjunto de actividades exercidas por uma unidade de observação estatística. O critério adequado para a sua aferição é o representado pelo valor acrescentado bruto a custo de factores. Na impossibilidade da sua determinação por este critério, considera-se como a principal a que representa o maior volume de negócios ou, em alternativa, a que ocupa, com carácter de permanência o maior número de pessoas ao serviço.

Área de Exposição e Venda - Toda a área destinada a venda onde os compradores têm acesso ou os produtos se encontram expostos. Não inclui as áreas ocupadas pelo armazenamento, pelos escritórios, serviços administrativos e ainda outros espaços não ligados directamente a exposição e venda.

Centro Comercial - Conjunto de estabelecimentos de venda a retalho e de serviços (mínimo de doze), concebidos, realizados e organizados como uma unidade, situados num ou mais edifícios contíguos com pelo menos 500 m² de área bruta. Existe uma entidade gestora que escolhe os ramos do comércio, os lojistas, a sua localização, a política de comunicação e de animação, assegurando uma série de serviços aos lojistas.

Nota: Também são consideradas as Galerias e Condomínios Comerciais, desde que satisfaçam o definido.

Transacção - Operação pela qual se transfere a posse de um bem mediante uma contrapartida.

Estabelecimento Comercial - Corresponde a empresa ou parte de empresa, situada num local topograficamente identificado. Nesse local, ou a partir dele é exercida, exclusiva ou principalmente, uma ou mais actividades de comércio, com excepção das respeitantes à manutenção e reparação de veículos automóveis e motociclos e à reparação de bens pessoais e domésticos. Nesse local, ou a partir dele, trabalha uma ou mais pessoas (eventualmente a tempo parcial) por conta da mesma empresa.

Gestão Informatizada - Uso generalizado de computador na gestão da loja, como seja gestão de stocks, de pessoal ou, eventualmente, clientes.

Marca Própria - Marca utilizada pelo distribuidor para identificar artigos comercializados apenas nos seus estabelecimentos.

Parque de Estacionamento - Área reservada ao estabelecimento para o estacionamento dos meios de transporte utilizados pelos clientes.

Pessoal Remunerado - Indivíduos que exercem uma actividade na empresa/estabelecimento, nos termos de um contrato de trabalho, sujeito ou não a forma escrita, que lhes confere o direito a uma remuneração regular em dinheiro e/ou géneros (as remunerações em géneros são avaliadas pelo valor de mercado desses géneros). Inclui os trabalhadores de outras empresas, que se encontram a trabalhar na empresa/estabelecimento observado, sendo por esta directamente remunerados, mas mantendo o vínculo à empresa/estabelecimento de origem. Exclui os trabalhadores de outras empresas que se encontrem a trabalhar na empresa/estabelecimento observado, sendo remunerados pela empresa/estabelecimento de origem e mantendo com ela o vínculo laboral.

Número de Pessoas ao Serviço - Pessoas que, no período de referência, participaram na actividade da empresa/instituição, qualquer que tenha sido a duração dessa participação, nas seguintes condições:

- a) pessoal ligado à empresa/instituição por um contrato de trabalho, recebendo em contrapartida uma remuneração;
- b) pessoal ligado à empresa/instituição, que por não estar vinculado por um contrato de trabalho, não recebe uma remuneração regular pelo tempo trabalhado ou trabalho fornecido (ex.: proprietários-gerentes, familiares não remunerados, membros activos de cooperativas);
- c) pessoal com vínculo a outras empresas/instituições que trabalharam na empresa/instituição sendo por esta directamente remunerados;
- d) pessoas nas condições das alíneas anteriores, temporariamente ausentes por um período igual ou inferior a um mês por férias, conflito de trabalho, formação profissional, assim como por doença e acidente de trabalho.

Não são consideradas como pessoal ao serviço as pessoas que:

- i) se encontram nas condições descritas nas alíneas a), b), e c) e estejam temporariamente ausentes por um período superior a um mês;
- ii) os trabalhadores com vínculo à empresa/instituição deslocados para outras empresas/instituições, sendo nessas directamente remunerados;
- iii) os trabalhadores a trabalhar na empresa/instituição e cuja remuneração é suportada por outras empresas/instituições (ex.: trabalhadores temporários);

iv) os trabalhadores independentes (ex.: prestadores de serviços).

Pessoal a Tempo Completo - Pessoal ao serviço que trabalha segundo o período normal de trabalho em vigor na empresa, conforme a respectiva categoria de pessoal.

Pessoal a Tempo Incompleto - Pessoal ao serviço que trabalha abaixo do período normal de trabalho semanal em vigor na empresa, conforme a respectiva categoria de pessoal.

Remunerações dos Empregados (Remunerações Ilíquidas) - As remunerações dos empregados definem-se como o total das remunerações, em dinheiro ou em espécie (géneros), a pagar pelos empregadores aos empregados como retribuição pelo trabalho prestado por estes últimos no período de referência.

Nota: As remunerações dos empregados subdividem-se em: a) ordenados e salários: ordenados e salários em dinheiro; ordenados e salários em espécie; b) contribuições sociais dos empregadores: contribuições sociais efectivas dos empregadores; contribuições sociais imputadas dos empregadores.

Recebimento em géneros - Bens e serviços obtidos como oferta vinda de entidades ou indivíduos alheios ao agregado, que não tenham por contrapartida qualquer tipo de pagamento monetário nem sejam uma forma de remuneração de trabalho.

A sua valorização faz-se pelo preço que o agregado teria de pagar para os adquirir.

Unidade Comercial de Dimensão Relevante (UCDR) - Estabelecimento, considerado individualmente ou no quadro de um conjunto pertencente a uma mesma empresa ou grupo, em que se exerce a actividade comercial e relativamente ao qual se verificam uma das seguintes condições:

- a) Sendo de comércio a retalho alimentar ou misto, disponha de uma área de venda contínua, de comércio a retalho alimentar, igual ou superior a 2 000 m².
- b) Sendo de comércio a retalho não alimentar, disponha de uma área de venda contínua igual ou superior a 4 000 m².
- c) Sendo de comércio por grosso, disponha de uma área de venda contínua igual ou superior a 5 000 m².
- d) Sendo de comércio a retalho alimentar ou misto, pertencentes a empresa ou grupo que detenha, a nível nacional, uma área de venda acumulada, de comércio a retalho alimentar, igual ou superior a 15 000 m².
- e) Sendo de comércio a retalho não alimentar, pertencentes a empresas ou grupo que detenha, a nível nacional, uma área de venda acumulada igual ou superior a 25 000 m².
- f) Sendo de comércio por grosso, pertencentes a empresas ou grupo que detenha, a nível nacional, uma área de venda acumulada igual ou superior a 30 000 m².

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



Instrumentos de Notação

INQUÉRITO AOS ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS
INQUÉRITO ÀS UNIDADES COMERCIAIS DE DIMENSÃO RELEVANTE
- CONTINENTE -
COMÉRCIO A RETALHO

Instrumento de notação do Sistema Estatístico Nacional (Lei 6/89 de 15 de Abril), de resposta obrigatória. Registo no INE sob o N.º 9660, válido até 31.12.2006.



INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA

ANO DE REFERÊNCIA : 2005

ATENÇÃO

Leia atentamente e preencha o questionário de acordo com as notas explicativas e instruções em anexo. As rubricas assinaladas com * indicam a existência de notas nas instruções.

Devolva este questionário devidamente preenchido no prazo de 15 dias após a recepção.

Se tiver dúvidas contacte o I.N.E.

Departamento de Estatísticas Económicas

Serviço de Estatísticas do Comércio, Turismo e Transportes

Av. António José de Almeida - 1000-043 LISBOA

Telefone directo: 21 842 63 24 e-mail: UCDR@ine.pt

1 - Caracterização da Empresa ou Entidade Equiparada

1.1 - Designação Social (ou Firma): _____

1.2 - Morada: _____

Lote/N.º: _____

Andar: _____

Código Postal: _____

Localidade Postal: _____

1.3 - Número de Identificação de Pessoa Colectiva ou Equiparada (NPC)

(a preencher pelo INE)

1.4 - Actividade Principal* (Discrimine): _____

CAE-Rev. 2.1

1.5 - Organização Comercial (assinale com um "X"):

1.5.1 - Independente isolada* ☐ 1

1.5.2 - Associada* ☐ 2

1.5.3 - Integrada* ☐ 4

1.5.2.1 - Franchising * ☐ 2

Caso tenha assinalado esta quadrícula, indique, por favor,

a Insígnia: _____

1.5.2.2 - Outra ☐ 3

Caso tenha assinalado esta quadrícula, indique, por favor,

a Insígnia: _____

(EUROS)

1.6 - Volume de Negócios* da EMPRESA (1.6.1 + 1.6.2)

1.6.1 - Vendas

1.6.2 - Prestação de Serviços

1.7 - Pessoal ao Serviço* na EMPRESA (Remunerado)

1.8 - Número Total de Estabelecimentos* Comerciais, no Continente

Por favor, para cada um dos **ESTABELECIMENTOS**, preencha os quadros 2 a 9. Utilize para o efeito as folhas seguintes e devolva-as, juntamente com esta, devidamente preenchidas; caso a Empresa detenha outros estabelecimentos de comércio no Continente, muito agradecemos que sejam feitas cópias destes documentos, preenchidas e enviadas em simultâneo.

O responsável pela Informação:

Data: ____ / ____ / ____

Nome (Letra Maiúscula e Legível): _____

Localidade: _____

Telefone: _____

Fax: _____

e-mail: _____

Observações: _____

CARACTERIZAÇÃO DOS ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS

2 - IDENTIFICAÇÃO DO ESTABELECIMENTO

(Estabelecimentos não listados)
Nº DE ORDEM:

Nota: Preencha, por favor, os quesitos 2.1 e 2.2, se a informação for diferente do endereço acima personalizado.

- 2.1 - Designação do Estabelecimento: _____
- 2.2 - Morada do Estabelecimento: _____
- Código Postal: - Localidade Postal: (a preencher pelo INE)
- Distrito: _____ Município: _____ Freguesia: _____
- 2.3 - Número de Pessoa Colectiva ou Equiparada (NPC):
- 2.4 - Insignia do Estabelecimento: _____
- 2.5 - Actividade principal do Estabelecimento (discrimine): _____
- (a preencher pelo INE)
CAE-Rev. 2.1
- 2.6 - Indique o número de meses de actividade do estabelecimento em 2005:
- 2.7 - Ano de Abertura do Estabelecimento (de resposta obrigatória, caso seja a 1ª vez que responde a este inquérito)

3 - Horário de Funcionamento

	2ª a 5ª Feira	6ª Feira	Sábado	Domingo
3.1 - Abertura	 h m	 h m	 h m	 h m
3.2 - Encerramento	 h m	 h m	 h m	 h m
3.3 - Fecho para almoço (Duração)	 h m	 h m	 h m	 h m
3.4 - Número total de horas que o Estabelecimento esteve aberto ao público, durante o ano de 2005	 			

4 - Pessoal ao Serviço*, Horas Trabalhadas e Remunerações* Ilíquidas em 2005

- 4.1 - Total de Pessoas ao Serviço Total (Homens + Mulheres) 1
- 4.2 - Repartição do total do Pessoal ao Serviço, por género:
- Homens (nº) 1
- Mulheres (nº) 2
- 4.3 - Repartição do total do Pessoal ao Serviço (Homens e Mulheres), por duração do trabalho:
- A tempo completo* (nº) 1
- A tempo parcial* (nº) 2
- 4.4 - Repartição do número de horas trabalhadas, por duração do trabalho:
- A tempo completo* (nº de horas) 1
- A tempo parcial* (nº de horas) 2
- Total (nº de horas) 3
- 4.5 - Total de remunerações ilíquidas pagas em 2005 (Conta 642 do POC), por duração do trabalho:
- A tempo completo* (Euros) 1
- A tempo parcial* (Euros) 2
- Total (Euros) 3

5 - Características do Estabelecimento Comercial

- 5.1 - O Estabelecimento está situado num Centro Comercial* ☐ SIM 1 ☐ NÃO 2
- 5.2 - O Estabelecimento tem parque de estacionamento* ☐ SIM 1 ☐ NÃO 2
- 5.3 - O Estabelecimento tem gestão informatizada* ☐ SIM 1 ☐ NÃO 2
- 5.4 - Número de transacções em 2005
- 5.5 - Número de caixas de saída / pagamento
- 5.6 - O Estabelecimento tem leitura óptica nas caixas de pagamento ☐ SIM 1 ☐ NÃO 2
- 5.7 - O Estabelecimento tem terminal de pagamento automático ☐ SIM 1 ☐ NÃO 2

6 - Área do Estabelecimento (De preenchimento obrigatório mesmo que o tenha feito para 2004)	
6.1 - Área Total do Estabelecimento (m ²) (6.1.1 + 6.1.2 + 6.1.3)	
6.1.1 - Área de Exposição e Venda*	
6.1.2 - Área de Armazém	
6.1.3 - Restante Área (Escritórios, etc.)	

7 - Volume de Negócios* realizado em 2005	
	(EUROS)
7.1 - Volume de Negócios (7.1.1 + 7.1.2)	
7.1.1 - Vendas a Retalho	
7.1.2 - Prestação de Serviços	

DISCRIMINAÇÃO	VENDAS A RETALHO (EUROS)
1	2
7.2 - Total de Vendas a Retalho (7.2.1 + 7.2.2)	
7.2.1 Produtos alimentares, bebidas e tabaco (7.2.1.01 + 7.2.1.02 + ... + 7.2.1.99)	
7.2.1.01 Produtos frescos	
7.2.1.01.1 Carne e produtos à base de carne, frescos	
7.2.1.01.2 Peixe, crustáceos, moluscos e produtos derivados frescos	
7.2.1.01.3 Frutas e produtos hortícolas	
7.2.1.01.4 Refeições e sopas preparadas	
7.2.1.01.5 Pão e produtos de pastelaria, frescos	
7.2.1.02 Produtos congelados	
7.2.1.02.1 Carne e produtos à base de carne, congelados	
7.2.1.02.2 Peixe, crustáceos, moluscos e produtos derivados, congelados	
7.2.1.02.3 Frutas e produtos hortícolas (inclui produtos semi-preparados)	
7.2.1.02.4 Refeições, sopas e sobremesas, preparadas ou semi-preparadas	
7.2.1.03 Produtos de charcutaria, de conserva, secos, desidratados e liofilizados	
7.2.1.03.1 Carne e produtos à base de carne	
7.2.1.03.2 Peixe, crustáceos, moluscos e produtos derivados	
7.2.1.03.3 Frutas e produtos hortícolas	
7.2.1.03.4 Refeições, sopas e sobremesas, preparadas ou semi-preparadas	
7.2.1.03.5 Temperos, molhos sal e especiarias	
7.2.1.03.9 Outros produtos de charcutaria, de conserva, secos, desidratados ou liofilizados, n.e.	
7.2.1.04 Azeite, óleos e gorduras alimentares	
7.2.1.05 Arroz, massas, farinhas, outros amidos, batatas fritas, snacks e aperitivos	
7.2.1.06 Leite, seus derivados e ovos	
7.2.1.07 Chás, cafés, cacau, achocolatados em pó e produtos derivados	
7.2.1.08 Açúcar, chocolate e produtos de confeitaria	
7.2.1.09 Cereais, papas, bolachas, biscoitos, bolos, tostas, pão, mel, compotas, cremes de barrar e outros produtos similares (embalados)	
7.2.1.10 Bebidas	
7.2.1.10.1 Bebidas não alcoólicas	
7.2.1.10.2 Bebidas alcoólicas	
7.2.1.11 Tabaco	
7.2.1.99 Outros produtos alimentares acima não especificados	

7 - Volume de Negócios* realizado em 2005 (Cont.)

DISCRIMINAÇÃO		VENDAS A RETALHO (EUROS)							
1		2							
7.2.2	Produtos não alimentares (7.2.2.01 + 7.2.2.02 + ... + 7.2.2.99)								
7.2.2.01	Produtos de cosmética, perfumaria e de higiene pessoal, farmacêuticos e médicos (a)								
7.2.2.02	Vestuário e acessórios, calçado, artigos de couro, marroquinaria e outros acessórios								
7.2.2.02.1	Vestuário para adultos								
7.2.2.02.2	Vestuário para bebés e crianças								
7.2.2.02.3	Calçado								
7.2.2.02.4	Artigos de couro e de marroquinaria e artigos de viagem								
7.2.2.02.9	Outros artigos acima não especificados								
7.2.2.03	Relógios, artigos de relojoaria e artigos de ourivesaria								
7.2.2.04	Produtos de limpeza e similares, para uso doméstico								
7.2.2.05	Artigos para o lar								
7.2.2.05.1	Mobiliário para uso doméstico								
7.2.2.05.2	Artigos de iluminação								
7.2.2.05.3	Artigos de cozinha, mesa e similares para uso doméstico (b)								
7.2.2.05.4	Têxteis confeccionados para o lar (c)								
7.2.2.05.9	Outros artigos para o lar acima não especificados (d)								
7.2.2.06	Artigos para bebé (e)								
7.2.2.07	Combustíveis para uso doméstico (f)								
7.2.2.08	Artigos de bricolage e materiais de construção								
7.2.2.08.1	Ferragens								
7.2.2.08.2	Tintas, vernizes e produtos similares								
7.2.2.08.3	Equipamento sanitário e de cozinha								
7.2.2.08.9	Outros artigos de bricolage e materiais de construção acima não especificados (g)								
7.2.2.09	Equip. e mobil. para escritório, computadores, material óptico, fotográfico e de telecomunicações, electrodomésticos, apar. de rádio e televisão, discos, cassetes e prod. similares								
7.2.2.09.1	Mobil. de escritório, máquinas, equipam. e outro mat. para escrit. (não consumíveis)								
7.2.2.09.2	Computadores, material informático e consumíveis e software normalizado (h) ...								
7.2.2.09.3	Material óptico, fotográfico e instrumentos de precisão (i)								
7.2.2.09.4	Equipamento e material de telecomunicações								
7.2.2.09.5	Electrodomésticos								
7.2.2.09.6	Aparelhos de áudio, de televisão e de vídeo (j)								
7.2.2.09.7	Cassetes, discos, CD e DVD								
7.2.2.09.9	Outro equipamento acima não especificado (k)								
7.2.2.10	Cultura, Desporto e Lazer								
7.2.2.10.1	Livros								
7.2.2.10.2	Jornais e revistas								
7.2.2.10.3	Artigos de papelaria e material de escritório (inclui consumíveis)								
7.2.2.10.4	Artigos de campismo, pesca, caça e lazer								
7.2.2.10.5	Artigos de desporto (exclui vestuário) (l)								
7.2.2.10.6	Brinquedos, jogos								
7.2.2.10.7	Flores, plantas, sementes, adubos e outros artigos para jardim (m)								
7.2.2.10.8	Animais de estimação, acessórios e alimentação para animais								
7.2.2.10.9	Outros artigos de cultura, desporto e lazer acima não especificados								
7.2.2.11	Artigos e acessórios para automóvel								
7.2.2.12	Combustíveis para veículos								
7.2.2.99	Outros produtos não alimentares acima não especificados								

8 - Do Total de Vendas a Retalho (7.2), discrimine as vendas de Produtos de Marca Própria*

DISCRIMINAÇÃO	VENDAS A RETALHO	
	VALOR (EUROS)	%
1	2	3
8.1 - Total de Vendas de Produtos de Marca Própria * (8.1.1 + 8.1.2)		
8.1.1 Produtos alimentares (8.1.1.1 + ... + 8.1.1.9)		
8.1.1.1 Produtos congelados		
8.1.1.2 Azeite, óleos e gorduras alimentares		
8.1.1.3 Arroz, massas, farinhas, outros amidos, batatas fritas, snacks e aperitivos		
8.1.1.4 Leite, seus derivados e ovos		
8.1.1.5 Bebidas		
8.1.1.9 Outros produtos alimentares		
8.1.2 Produtos não alimentares (8.1.2.1 + 8.1.2.2 + 8.1.2.9)		
8.1.2.1 Produtos de cosmética, perfumaria e de higiene pessoal, farmacêuticos e médicos ...		
8.1.2.2 Produtos de limpeza e similares, para uso doméstico		
8.1.2.9 Outros produtos não alimentares		

9 - Indique a Percentagem de Vendas a Retalho* (7.2) com pagamento feito por:

9.1 ☐ Numerário		%
9.2 ☐ Cartão de Débito		%
9.3 ☐ Cartão de Crédito		%
9.4 ☐ Cheque		%
9.5 ☐ Outros (inclui cartões de cliente)		%

Notas explicativas:

- (a) Inclui instrumentos médico-cirúrgicos e ortopédicos.
- (b) Inclui louças, cutelaria e outros artigos manufacturados para mesa, cozinha e ornamentação de interiores.
- (c) Inclui cortinas, cortinados, atoalhados, roupa de cama e outros têxteis para o lar.
- (d) Inclui artigos de madeira, cortiça, vime, espartaria, aparelhos, artigos e equipamento de uso doméstico, não eléctricos, n.e.
- (e) Inclui fraldas, produtos de higiene, artigos têxtil: cama, brinquedos de bebé, mobiliário de bebé e artigos vários de puericultura (ligeira e pesada).
- (f) Inclui botijas de gás, carvão e lenha, para uso doméstico.
- (g) Inclui materiais de construção em madeira, elementos de construção em metal e outros não-metálicos, não incluídos nas restantes subcategorias.
- (h) Inclui acessórios de computação e software não executado por medida.
- (i) Inclui chapas e películas fotográficas, óculos, lentes de contacto, microscópios, binóculos e instrumentos de precisão.
- (j) Inclui gravadores de áudio e de vídeo, auto-rádios, máquinas de filmar, sistemas de alta fidelidade, etc.
- (k) Inclui instrumentos musicais.
- (l) Inclui bicicletas, esquis, equipamento para desportos aquáticos, botas para esqui, futebol e para patinagem; não inclui vestuário de desporto.
- (m) Inclui árvores jovens e arbustos, produtos fitossanitários, arranjos florais e coroas de flores ou de arbustos.

Inquérito aos Estabelecimentos Comerciais

Unidades Comerciais de Dimensão Relevante

- *Continente* -

Comércio a Retalho

Instruções de Preenchimento

Por favor, leia com atenção as instruções que se seguem, e cumpra o prazo estabelecido para a sua devolução, após preenchimento do questionário.

Não se esqueça que:

- sem informações correctas é impossível produzir estatísticas rigorosas, sendo a informação estatística fundamental na tomada de decisões, vitais para os cidadãos, as empresas e a administração pública;
- a informação individual fornecida ao INE é de natureza confidencial, nos termos do artigo 5º da Lei N.º 6/89, de 15 de Abril.

No caso de persistirem dúvidas no preenchimento do questionário, por favor, contacte:

Departamento de Estatísticas Económicas

Serviço de Estatísticas do Comércio, Turismo e Transportes

Telefone directo: 218426324

Fax: 218426359

e-mail: UCDR@ine.pt

Unidade Monetária: EURO

- Os valores monetários devem ser expressos em euros sem decimais;

- Os arredondamentos devem ser feitos por excesso quando as décimas forem iguais ou superiores a 5 e por defeito quando forem inferiores.

Ex. 6370,6572 euros inscrever

			6	3	7	1			

Continente, uma área de venda acumulada, de comércio a retalho alimentar, igual ou superior a 15 000 m²;

e) - Sendo de comércio a retalho não alimentar, pertencentes a uma empresa ou grupo que detenha, a nível do Continente, uma área de venda acumulada igual ou superior a 25 000 m²;

f) - Sendo de comércio por grosso, pertencentes a uma empresa ou grupo que detenha, a nível do Continente, uma área de venda acumulada igual ou superior a 30 000 m².

UNIDADE COMERCIAL DE DIMENSÃO RELEVANTE

Entende-se por Unidade Comercial de Dimensão Relevante (UCDR) o estabelecimento, considerado individualmente ou no quadro de um conjunto pertencente a uma mesma empresa ou grupo, em que se exerce a actividade comercial e relativamente ao qual, se verificam as condições:

a) - Sendo de comércio a retalho alimentar ou misto, disponham de uma área de venda contínua, de comércio a retalho alimentar, igual ou superior a 2000 m²;

b) - Sendo de comércio a retalho não alimentar, disponham de uma área de venda contínua, igual ou superior a 4000 m²;

c) - Sendo de comércio por grosso, disponham de uma área de venda contínua, igual ou superior a 5000 m²;

d) - Sendo de comércio a retalho alimentar ou misto, pertencentes a uma empresa ou grupo que detenha, a nível do

QUADRO 1

1.4 – ACTIVIDADE PRINCIPAL – Actividade principal é a, que representa a maior importância no conjunto de actividades exercidas por uma unidade de observação estatística. O critério adequado para a sua aferição é o representado pelo valor acrescentado bruto a custo de factores. Na impossibilidade da sua determinação por este critério, considera-se como a principal a que representa o maior volume de negócios ou, em alternativa, a que ocupa, com carácter de permanência, o maior número de pessoas ao serviço.

1.5.1 – INDEPENDENTE (EMPRESA INDEPENDENTE ISOLADA) – Empresa que exerce a sua actividade sem qualquer forma de associação.

1.5.2 – ASSOCIADA (EMPRESA INDEPENDENTE ASSOCIADA) – Empresa de comércio que exerce a sua actividade associando-se a outras para realização de determinadas actividades comuns (compras, transportes, publicidade, etc.), com o objectivo de melhorar a sua competitividade. Conserva, no entanto, a sua

independência jurídica (ex: cooperativas de retalhistas, agrupamentos de compras, cadeias franqueadas - ver conceito seguinte).

1.5.2.1 – FRANCHISING – Empresa/Estabelecimento de comércio que opera na base de um contrato de franquia estabelecido entre a empresa de que o mesmo faz parte e uma terceira, através da qual esta (o franqueador) cede à primeira (o franqueado) o direito de utilização da sua marca e da sua tecnologia de negócios, mediante determinadas contrapartidas.

1.5.3 – INTEGRADA – Quando exerce simultaneamente funções de grosso e de retalho (caso dos grandes armazéns, cadeias de supermercados e hipermercados).

1.6 – VOLUME DE NEGÓCIOS – Quantia líquida das vendas e prestações de serviços (abrangendo as indemnizações compensatórias) respeitantes às actividades normais das entidades, consequentemente após as reduções em vendas e não incluindo nem o imposto sobre o valor acrescentado nem outros impostos directamente relacionados com as vendas e prestações de serviços. Na prática, corresponde ao somatório das contas 71 e 72 do Plano Oficial de Contabilidade.

1.7 – PESSOAL AO SERVIÇO

Pessoas que, no período de referência, participaram na actividade da empresa/instituição, qualquer que tenha sido a duração dessa participação, nas seguintes condições:

a) pessoal ligado à empresa/instituição por um contrato de trabalho, recebendo em contrapartida uma remuneração;

b) pessoal com vínculo a outras empresas/instituições que trabalharam na empresa/instituição sendo por esta directamente remunerados; (Ver continuação em "Notas")

c) pessoas nas condições das alíneas anteriores, temporariamente ausentes por um período igual ou inferior a um mês por férias, conflito de trabalho, formação profissional, assim como por doença e acidente de trabalho.

Não são consideradas como pessoal ao serviço as pessoas que:

- i) se encontram nas condições descritas nas alíneas a), b), e c) e estejam temporariamente ausentes por um período superior a um mês;
- ii) os trabalhadores com vínculo à empresa/instituição deslocados para outras empresas/instituições, sendo nessas directamente remunerados.
- iii) os trabalhadores a trabalhar na empresa/instituição e cuja remuneração é suportada por outras empresas/instituições (p. ex.: trabalhadores temporários);
- iv) os trabalhadores independentes (p. ex.: prestadores de serviços).

NÚMERO MÉDIO DE PESSOAS AO SERVIÇO

Soma do pessoal ao serviço no último dia útil de cada mês de actividade no ano / Número de meses de actividade no ano.

1.8 – ESTABELECIMENTO COMERCIAL – Corresponde à empresa ou parte de empresa situada num local topograficamente identificado, onde é exercida, exclusiva ou principalmente, uma ou mais actividades de comércio, com excepção das respeitantes à manutenção e reparação de veículos automóveis e motociclos e à reparação de bens pessoais e domésticos. Nesse local ou a partir dele, trabalha uma ou mais pessoas (eventualmente a tempo parcial) por conta de mesma empresa.

QUADRO 4

4 – PESSOAL AO SERVIÇO, HORAS TRABALHADAS E REMUNERAÇÕES ILÍQUIDAS

4.1 – TOTAL DOE PESSOAS AO SERVIÇO

4.2 – REPARTIÇÃO DO TOTAL DO PESSOAL AO SERVIÇO, POR GÉNERO

4.3 – REPARTIÇÃO DO TOTAL DO PESSOAL AO SERVIÇO, POR DURAÇÃO DO TRABALHO

4.4 – REPARTIÇÃO DO NÚMERO DE HORAS TRABALHADAS, POR DURAÇÃO DO TRABALHO

4.5 – TOTAL DE REMUNERAÇÕES ILÍQUIDAS, POR DURAÇÃO DO TRABALHO

PESSOAL A TEMPO COMPLETO – Pessoal ao serviço que trabalha segundo o período normal de trabalho em vigor na empresa conforme a respectiva categoria de pessoal.

PESSOAL A TEMPO PARCIAL – Pessoal ao serviço que trabalha abaixo do período normal de trabalho semanal em vigor na empresa conforme a respectiva categoria de pessoal.

REMUNERAÇÕES ILÍQUIDAS – total das remunerações, em dinheiro ou em espécie/géneros, a pagar pelos empregadores aos empregados como retribuição pelo trabalho prestado por estes últimos, no período de referência (Conta 642 do POC).

Nota: Recebimento em géneros – A sua valorização faz-se, pelo preço a que o empregado teria de pagar para os adquirir.

QUADRO 5

5.1 – CENTRO COMERCIAL – Conjunto de estabelecimentos de venda a retalho e de serviços (mínimo de doze), concebidos, realizados e organizados como uma unidade. Existe uma entidade gestora que escolhe os ramos do comércio, os lojistas, a sua localização, a

política de comunicação e de animação, assegurando uma série de serviços aos lojistas.

5.2 – PARQUE DE ESTACIONAMENTO – Área reservada ao estabelecimento comercial para o estacionamento dos meios de transporte utilizados pelos clientes

5.3 – GESTÃO INFORMATIZADA – Utilização de computador e de software adequado à gestão do estabelecimento, nomeadamente gestão de stocks, de pessoal, de clientes, etc..

QUADRO 6

6.1.1 – ÁREA DE EXPOSIÇÃO E VENDA – É toda a área destinada a venda onde os compradores têm acesso, ou os produtos se encontram expostos. Não inclui as áreas ocupadas pelo armazenamento, pelos escritórios, serviços administrativos e ainda outros espaços não ligados directamente a exposição e venda.

Nota: Inclui a área de circulação respeitante à circulação dentro do recinto de venda, ou seja, no espaço limitado pelas caixas de saída.

Não inclui as outras áreas de circulação no estabelecimento, fora do recinto de exposição e venda.

QUADRO 8

8.1 – MARCA PRÓPRIA – Marca utilizada pelo distribuidor para identificar artigos comercializados apenas nos seus estabelecimentos.

QUADRO 9

9 – PERCENTAGEM DE VENDAS A RETALHO POR MEIO DE PAGAMENTO - Indique a repartição percentual das vendas a retalho indicadas no ponto 7.2 por meio de pagamento. A soma das repartições indicadas nos pontos 9.1, 9.2, 9.3, 9.4 e 9.5 tem de ser igual a 100%.

INQUÉRITO AOS ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS
INQUÉRITO ÀS UNIDADES COMERCIAIS DE DIMENSÃO RELEVANTE
- CONTINENTE -
COMÉRCIO POR GROSSO

Instrumento de notação do Sistema Estatístico Nacional (Lei 6/89 de 15 de Abril), de resposta obrigatória. Registrado no INE sob o N.º 9662, válido até 31.12.2006.



INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA

ANO DE REFERÊNCIA : 2005

ATENÇÃO

Leia atentamente e preencha o questionário de acordo com as notas explicativas e instruções em anexo. As rubricas assinaladas com * indicam a existência de notas nas instruções.

Devolva este questionário devidamente preenchido no prazo de 15 dias após a recepção.

Se tiver dúvidas contacte o I.N.E.

Departamento de Estatísticas Económicas

Serviço de Estatísticas do Comércio, Turismo e Transportes

Av. António José de Almeida - 1000-043 LISBOA

Telefone directo: 21 842 63 24 e-mail: UCDR@ine.pt

1 - Caracterização da Empresa ou Entidade Equiparada

1.1 - Designação Social (ou Firma): _____

1.2 - Morada: _____

Lote/N.º: _____

Andar: _____

Código Postal: _____

Localidade Postal: _____

1.3 - Número de Identificação de Pessoa Colectiva ou Equiparada (NPC)

.....

(a preencher pelo INE)

1.4 - Actividade Principal* (Discrimine): _____

CAE-Rev. 2.1

.....

1.5 - Organização Comercial (assinale com um "X"):

1.5.1 - Independente isolada* ☐ 1

1.5.2 - Associada* ☐ 2

1.5.3 - Integrada* ☐ 4

1.5.2.1 - Franchising * ☐ 2

Caso tenha assinalado esta quadrícula, indique, por favor,

a Insígnia: _____

1.5.2.2 - Outra ☐ 3

Caso tenha assinalado esta quadrícula, indique, por favor,

a Insígnia: _____

(EUROS)

1.6 - Volume de Negócios* da EMPRESA (1.6.1 + 1.6.2)

.....

1.6.1 - Vendas

1.6.2 - Prestação de Serviços

1.7 - Pessoal ao Serviço* na EMPRESA (Remunerado)

1.8 - Número Total de Estabelecimentos* Comerciais, no Continente

Por favor, para cada um dos **ESTABELECIMENTOS**, preencha os quadros 2 a 9. Utilize para o efeito as folhas seguintes e devolva-as, juntamente com esta, devidamente preenchidas; caso a Empresa detenha outros estabelecimentos de comércio no Continente, muito agradecemos que sejam feitas cópias destes documentos, preenchidas e enviadas em simultâneo.

O responsável pela Informação:

Data: ____ / ____ / ____

Nome (Letra Maiúscula e Legível): _____

Localidade: _____

Telefone: _____

Fax: _____

e-mail: _____

Observações: _____

CARACTERIZAÇÃO DOS ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS

2 - IDENTIFICAÇÃO DO ESTABELECIMENTO

(Estabelecimentos não listados)

Nº DE ORDEM:

Nota: Preencha, por favor, os quesitos 2.1 e 2.2, se a informação for diferente do endereço acima personalizado.

2.1 - Designação do Estabelecimento: 2.2 - Morada do Estabelecimento: Código Postal: - Localidade Postal: (a preencher pelo INE)Distrito: Município: Freguesia: 2.3 - Número de Pessoa Colectiva ou Equiparada (NPC): 2.4 - Insígnia do Estabelecimento: 2.5 - Actividade principal do Estabelecimento (discrimine): CAE-Rev. 2.1 (a preencher pelo INE)2.6 - Indique o número de meses de actividade do estabelecimento em 2005: 2.7 - Ano de Abertura do Estabelecimento (de resposta obrigatória, caso seja a 1ª vez que responde a este inquérito)

3 - Horário de Funcionamento

	2ª a 5ª Feira	6ª Feira	Sábado	Domingo
3.1 - Abertura	h m	h m	h m	h m
3.2 - Encerramento	h m	h m	h m	h m
3.3 - Fecho para almoço (Duração)	h m	h m	h m	h m
3.4 - Número total de horas que o Estabelecimento esteve aberto ao público, durante o ano de 2005				

4 - Pessoal ao Serviço*, Horas Trabalhadas e Remunerações* Ilíquidas em 2005

4.1 - Total de Pessoas ao Serviço **Total (Homens + Mulheres)** 1

4.2 - Repartição do total do Pessoal ao Serviço, por género:

Homens (nº) 1 Mulheres (nº) 2

4.3 - Repartição do total do Pessoal ao Serviço (Homens e Mulheres), por duração do trabalho:

A tempo completo* (nº) 1 A tempo parcial* (nº) 2

4.4 - Repartição do número de horas trabalhadas, por duração do trabalho:

A tempo completo* (nº de horas) 1 A tempo parcial* (nº de horas) 2 **Total (nº de horas)** 3

4.5 - Total de remunerações ilíquidas pagas em 2005 (Conta 642 do POC), por duração do trabalho:

A tempo completo* (Euros) 1 A tempo parcial* (Euros) 2 **Total (Euros)** 3

5 - Características do Estabelecimento* Comercial

5.1 - O estabelecimento tem parque de estacionamento* ? **SIM** 1 **NÃO** 2

5.2 - O estabelecimento dispõe de auto-serviço*? 1 2

5.2.1 - O auto-serviço é o principal método de venda? 1 2

5.3 - Número de transacções em 2005

5.4 - Número de caixas de saída / pagamento

5.5 - O estabelecimento tem leitura óptica nas caixas de pagamento ? 1 2

6 - Área do Estabelecimento (De preenchimento obrigatório mesmo que o tenha feito para 2004)	
6.1 - Área Total do Estabelecimento (m ²) (6.1.1 + 6.1.2 + 6.1.3)	
6.1.1 - Área de Exposição e Venda*	
6.1.2 - Área de Armazém	
6.1.3 - Restante Área (Escritórios, etc...).....	
7 - Volume de Negócios* realizado em 2005	
	(EUROS)
7.1 - Volume de Negócios (7.1.1 + 7.1.2)	
7.1.1 - Vendas (7.1.1.1 + 7.1.1.2)	
7.1.1.1 - Vendas por Grosso (Repartido em 7.2)	
7.1.1.2 - Outras Vendas (a Retalho, etc...)	
7.1.2 - Prestação de Serviços	
DISCRIMINAÇÃO	VENDAS POR GROSSO
	(EUROS)
1	2
7.2 - Total de Vendas por Grosso (7.2.1 + 7.2.2 + 7.2.3 + 7.2.4 + 7.2.5 + 7.2.6)	
7.2.1 Produtos agrícolas brutos e animais vivos	
7.2.2 Produtos alimentares, bebidas e tabaco	
7.2.2.01 Carne e produtos à base de carne (a)	
7.2.2.02 Peixe, crustáceos, moluscos e produtos derivados	
7.2.2.03 Frutas e produtos hortícolas	
7.2.2.04 Produtos de padaria	
7.2.2.05 Açúcar, chocolate e produtos de confeitaria (b).....	
7.2.2.06 Azeite, óleos e gorduras alimentares	
7.2.2.07 Arroz, massas, farinhas, outros amidos, batatas fritas, snacks e aperitivos	
7.2.2.08 Leite, seus derivados e ovos	
7.2.2.09 Café, chá, cacau e especiarias	
7.2.2.10 Cereais, papas, bolachas, biscoitos, bolos, mel, compotas, cremes de barrar e outros produtos similares (embalados).....	
7.2.2.11 Bebidas não alcoólicas	
7.2.2.12 Bebidas alcoólicas	
7.2.2.13 Alimentos para animais de estimação.....	
7.2.2.14 Tabaco manufacturado	
7.2.2.99 Outros produtos alimentares acima não especificados (c).....	
7.2.3 Bens de consumo doméstico, excepto alimentação, bebidas e tabaco	
7.2.3.01 Perfumes, cosméticos e produtos de higiene pessoal	
7.2.3.02 Produtos farmacêuticos (d).....	
7.2.3.03 Vestuário e acessórios de vestuário	
7.2.3.04 Calçado	
7.2.3.05 Produtos de limpeza e similares para uso doméstico (e).....	
7.2.3.06 Mobiliário e bens de equipamento para o lar (f)	
7.2.3.07 Cutelaria, louças em cerâmica e em vidro, papel de parede	
7.2.3.08 Têxteis para vestuário e uso doméstico e artigos de retosaria	
7.2.3.09 Electrodomésticos, material eléctrico para instalação, aparelhos de iluminação, de rádio de televisão, de vídeo, discos, cassetes, CII e IIVII (g)	
7.2.3.09.1 Electrodomésticos, material eléctrico para instalação, aparelhos de iluminação	
7.2.3.09.2 Aparelhos de rádio, televisão, vídeo, discos, cassetes, CII e IIVII (g)	
7.2.3.10 Livros, jornais, revistas e artigos de papelaria	
7.2.3.11 Brinquedos e jogos	
7.2.3.12 Artigos de desporto (h)	
7.2.3.99 Outros bens de consumo doméstico	

7 - Volume de Negócios* realizado em 2005 (Cont.)

DISCRIMINAÇÃO	VENDAS POR GROSSO							
	(EUROS)							
1	2							
7.2.4 Bens intermédios não agrícolas								
7.2.4.01 Mat. de construção e equip. sanitários, madeira em bruto e produtos derivados								
7.2.4.02 Ferragens, ferramentas, artigos para canalizações.....								
7.2.4.03 Produtos químicos, adubos, produtos agro-químicos, resinas sintéticas.....								
7.2.4.09 Outros bens intermédios não agrícolas, desperdícios e sucatas.....								
7.2.5 Máquinas e equipamentos								
7.2.5.01 Máquinas-ferramentas								
7.2.5.02 Máquinas e equipamentos para a indústria extractiva, construção civil e engenharia civil								
7.2.5.03 Máq. agrícolas e seus acessórios, máq. e equip. para a indústria, comércio e navegação								
7.2.5.04 Computadores, equipamentos periféricos e programas informáticos.....								
7.2.5.09 Outras máquinas e equip. de escritório (i) e máq. para a indústria têxtil e vestuário....								
7.2.6 Outros produtos n. e.								

8 - Do Total de Vendas (7.2), discrimine as vendas de Produtos de Marca Própria*

DISCRIMINAÇÃO	VENDAS POR GROSSO									
	VALOR (EUROS)								%	
1	2								3	
8.1 - Total de Vendas de Produtos de Marca Própria* (8.1.1 + 8.1.2 + 8.1.3 + 8.1.4 + 8.1.5 + 8.1.6)									1	0 0
8.1.1 Produtos agrícolas brutos e animais vivos.....										
8.1.2 Produtos alimentares, bebidas e tabaco.....										
8.1.3 Bens de consumo doméstico, excepto alimentação, bebidas e tabaco.....										
8.1.4 Bens intermédios não agrícolas										
8.1.5 Máquinas e equipamentos										
8.1.6 Outros produtos n.e.										

9 - Indique a Percentagem de Vendas por Grosso* (7.2) com pagamento feito por:

9.1 - Numerário				%
9.2 - Cartão de Débito				%
9.3 - Cartão de Crédito				%
9.4 - Cheque				%
9.5 - Outros (inclui cartões de cliente)				%

Notas explicativas:

(a) Inclui miudezas alimentares, conservas e preparações à base de carne.

(b) Inclui gelados e sorvetes.

(c) Inclui produtos hortícolas transformados, produtos alimentares homogeneizados e dietéticos.

(d) Inclui especialidades farmacêuticas, instrumentos médico-cirúrgicos e ortopédicos.

(e) Inclui artigos de limpeza como detergentes e outros produtos para roupa e louça, lixívia e outros branqueadores, produtos de limpeza para o chão, para o mobiliário e outros equipamentos domésticos, etc.

(f) Inclui aparelhos não eléctricos de uso doméstico e ainda artigos de madeira, cortiça, vime e similares, revestimentos para pavimentos e artigos e equipamentos para uso doméstico n.e.

(g) Inclui auto-rádios.

(h) Inclui esquis, artigos e equipamento para atletismo e desportos ao ar livre, bicicletas, embarcações de recreio, etc..

(i) Inclui componentes e equipamentos electrónicos n.e.

Inquérito aos Estabelecimentos Comerciais

Unidades Comerciais de Dimensão Relevante

- Continente -

Comércio por Grosso

Instruções de Preenchimento

Por favor, leia com atenção as instruções que se seguem, e cumpra o prazo estabelecido para a sua devolução, após preenchimento do questionário.

Não se esqueça que:

- sem informações correctas é impossível produzir estatísticas rigorosas, sendo a informação estatística fundamental na tomada de decisões, vitais para os cidadãos, as empresas e a administração pública;
- a informação individual fornecida ao INE é de natureza confidencial, nos termos do artigo 5º da Lei N.º 6/89, de 15 de Abril.

No caso de persistirem dúvidas no preenchimento do questionário, por favor, contacte:

Departamento de Estatísticas Económicas

Serviço de Estatísticas do Comércio, Turismo e Transportes

Telefone directo: 218426324

Fax: 218426359

e-mail: UCDR@ine.pt

Unidade Monetária: EURO

- Os valores monetários devem ser expressos em euros sem decimais;

- Os arredondamentos devem ser feitos por excesso quando as décimas forem iguais ou superiores a 5 e por defeito quando forem inferiores.

Ex. 6370,6572 euros inscrever

			6	3	7	1			

Continente, uma área de venda acumulada, de comércio a retalho alimentar, igual ou superior a 15 000 m²;

e) - Sendo de comércio a retalho não alimentar, pertencentes a uma empresa ou grupo que detenha, a nível do Continente, uma área de venda acumulada igual ou superior a 25 000 m²;

f) - Sendo de comércio por grosso, pertencentes a uma empresa ou grupo que detenha, a nível do Continente, uma área de venda acumulada igual ou superior a 30 000 m².

UNIDADE COMERCIAL DE DIMENSÃO RELEVANTE

Entende-se por Unidade Comercial de Dimensão Relevante (UCDR) o estabelecimento, considerado individualmente ou no quadro de um conjunto pertencente a uma mesma empresa ou grupo, em que se exerce a actividade comercial e relativamente ao qual, se verificam as condições:

a) - Sendo de comércio a retalho alimentar ou misto, disponham de uma área de venda contínua, de comércio a retalho alimentar, igual ou superior a 2000 m²;

b) - Sendo de comércio a retalho não alimentar, disponham de uma área de venda contínua, igual ou superior a 4000 m²;

c) - Sendo de comércio por grosso, disponham de uma área de venda contínua, igual ou superior a 5000 m²;

d) - Sendo de comércio a retalho alimentar ou misto, pertencentes a uma empresa ou grupo que detenha, a nível do

QUADRO 1

1.4 – ACTIVIDADE PRINCIPAL – Actividade principal é a, que representa a maior importância no conjunto de actividades exercidas por uma unidade de observação estatística. O critério adequado para a sua aferição é o representado pelo valor acrescentado bruto a custo de factores. Na impossibilidade da sua determinação por este critério, considera-se como a principal a que representa o maior volume de negócios ou, em alternativa, a que ocupa, com carácter de permanência, o maior número de pessoas ao serviço.

1.5.1 – INDEPENDENTE (EMPRESA INDEPENDENTE ISOLADA) – Empresa que exerce a sua actividade sem qualquer forma de associação.

1.5.2 – ASSOCIADA (EMPRESA INDEPENDENTE ASSOCIADA) – Empresa de comércio que exerce a sua actividade associando-se a outras para realização de determinadas actividades comuns (compras, transportes, publicidade, etc.), com o objectivo de melhorar a sua competitividade. Conserva, no entanto, a sua

independência jurídica (ex: cooperativas de retalhistas, agrupamentos de compras, cadeias franqueadas - ver conceito seguinte).

1.5.2.1 – FRANCHISING – Empresa/Estabelecimento de comércio que opera na base de um contrato de franquia estabelecido entre a empresa de que o mesmo faz parte e uma terceira, através da qual esta (o franqueador) cede à primeira (o franqueado) o direito de utilização da sua marca e da sua tecnologia de negócios, mediante determinadas contrapartidas.

1.5.3 – INTEGRADA – Quando exerce simultaneamente funções de grosso e de retalho (caso dos grandes armazéns, cadeias de supermercados e hipermercados).

1.6 – VOLUME DE NEGÓCIOS – Quantia líquida das vendas e prestações de serviços (abrangendo as indemnizações compensatórias) respeitantes às actividades normais das entidades, consequentemente após as reduções em vendas e não incluindo nem o imposto sobre o valor acrescentado nem outros impostos directamente relacionados com as vendas e prestações de serviços. Na prática, corresponde ao somatório das contas 71 e 72 do Plano Oficial de Contabilidade.

1.7 – PESSOAL AO SERVIÇO

Pessoas que, no período de referência, participaram na actividade da empresa/instituição, qualquer que tenha sido a duração dessa participação, nas seguintes condições:

a) pessoal ligado à empresa/instituição por um contrato de trabalho, recebendo em contrapartida uma remuneração;

b) pessoal com vínculo a outras empresas/instituições que trabalharam na empresa/instituição sendo por esta directamente remunerados; (Ver continuação em "Notas")

c) pessoas nas condições das alíneas anteriores, temporariamente ausentes por um período igual ou inferior a um mês por férias, conflito de trabalho, formação profissional, assim como por doença e acidente de trabalho.

Não são consideradas como pessoal ao serviço as pessoas que:

- i) se encontram nas condições descritas nas alíneas a), b), e c) e estejam temporariamente ausentes por um período superior a um mês;
- ii) os trabalhadores com vínculo à empresa/instituição deslocados para outras empresas/instituições, sendo nessas directamente remunerados.
- iii) os trabalhadores a trabalhar na empresa/instituição e cuja remuneração é suportada por outras empresas/instituições (p. ex.: trabalhadores temporários);
- iv) os trabalhadores independentes (p. ex.: prestadores de serviços)

NÚMERO MÉDIO DE PESSOAS AO SERVIÇO

Soma do pessoal ao serviço no último dia útil de cada mês de actividade no ano / Número de meses de actividade no ano.

1.8 – ESTABELECIMENTO COMERCIAL – Corresponde à empresa ou parte de empresa situada num local topograficamente identificado, onde é exercida, exclusiva ou principalmente, uma ou mais actividades de comércio, com excepção das respeitantes à manutenção e reparação de veículos automóveis e motociclos e à reparação de bens pessoais e domésticos. Nesse local ou a partir dele, trabalha uma ou mais pessoas (eventualmente a tempo parcial) por conta de mesma empresa.

QUADRO 4

4 – PESSOAL AO SERVIÇO, HORAS TRABALHADAS E REMUNERAÇÕES ILÍQUIDAS

4.1 – TOTAL DOE PESSOAS AO SERVIÇO

4.2 – REPARTIÇÃO DO TOTAL DO PESSOAL AO SERVIÇO, POR GÉNERO

4.3 – REPARTIÇÃO DO TOTAL DO PESSOAL AO SERVIÇO, POR DURAÇÃO DO TRABALHO

4.4 – REPARTIÇÃO DO NÚMERO DE HORAS TRABALHADAS, POR DURAÇÃO DO TRABALHO

4.5 – TOTAL DE REMUNERAÇÕES ILÍQUIDAS, POR DURAÇÃO DO TRABALHO

PESSOAL A TEMPO COMPLETO – Pessoal ao serviço que trabalha segundo o período normal de trabalho em vigor na empresa conforme a respectiva categoria de pessoal.

PESSOAL A TEMPO PARCIAL – Pessoal ao serviço que trabalha abaixo do período normal de trabalho semanal em vigor na empresa conforme a respectiva categoria de pessoal.

REMUNERAÇÕES ILÍQUIDAS – total das remunerações, em dinheiro ou em espécie/géneros, a pagar pelos empregadores aos empregados como retribuição pelo trabalho prestado por estes últimos, no período de referência (Conta 642 do POC).

Nota: Recebimento em géneros – A sua valorização faz-se, pelo preço a que o empregado teria de pagar para os adquirir.

QUADRO 5

5.1 – PARQUE DE ESTACIONAMENTO – Área reservada ao estabelecimento comercial para o estacionamento dos meios de transporte utilizados pelos clientes

5.2 – AUTO-SERVIÇO – Método de venda em que as mercadorias a vender se encontram expostas e ao alcance dos clientes, os quais servindo-se a si próprios as levam à caixa para efectuar o pagamento.

QUADRO 6

6.1.1 – ÁREA DE EXPOSIÇÃO E VENDA – É toda a área destinada a venda onde os compradores têm acesso, ou os produtos se encontram expostos. Não inclui as áreas ocupadas pelo armazenamento, pelos escritórios, serviços administrativos e ainda outros espaços não ligados directamente a exposição e venda.

Nota: Inclui a área de circulação respeitante à circulação dentro do recinto de venda, ou seja, no espaço limitado pelas caixas de saída.

Não inclui as outras áreas de circulação no estabelecimento, fora do recinto de exposição e venda.

QUADRO 8

8.1 – MARCA PRÓPRIA – Marca utilizada pelo distribuidor para identificar artigos comercializados apenas nos seus estabelecimentos.

QUADRO 9

9 – PERCENTAGEM DE VENDAS A POR GROSSO POR MEIO DE PAGAMENTO - Indique a repartição percentual das vendas por grosso indicadas no ponto 7.2 por meio de pagamento. A soma das repartições indicadas nos pontos 9.1, 9.2, 9.3, 9.4 e 9.5 tem de ser igual a 100%.

