



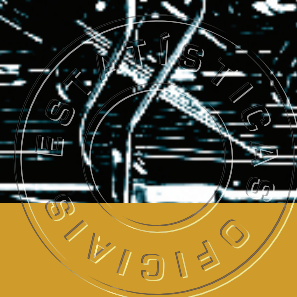
Estabelecimentos Comerciais

unidades de dimensão relevante

2004



Ano de edição **2006**



FICHA TÉCNICA

Título

Estabelecimentos Comerciais 2004 - Unidades de Dimensão Relevante

Editor

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

Presidente da Direcção

Alda de Caetano Carvalho

Capa e Composição Gráfica

INE - Departamento de Difusão e Clientes

Impressão

INE - Departamento Financeiro e Administrativo

Tiragem

250 Exemplares

ISSN 1646-2467

ISBN 972-673-801-6

Depósito Legal nº 228468/05

Periodicidade Anual

Preço: € 7,50 (IVA incluído)

O INE na Internet

www.ine.pt

SUMÁRIO DE RESULTADOS

Em 2004 o número de estabelecimentos abrangidos pelo conceito de unidade comercial de dimensão relevante (UCDR) ascendeu a 1 684 estabelecimentos, dos quais 61,3% de comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar (que, para simplificação, designaremos de comércio a retalho alimentar), 31,4% de comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar (que para simplificação, designaremos, de comércio a retalho não alimentar) e 7,3% de comércio por grosso.

Dos 1 684 estabelecimentos observados, verificou-se que a maioria – 69,6% – entrou em funcionamento entre 1991 e 2000 e que apenas 7,4% terão aberto antes de 1991.

O volume de negócios realizado por este conjunto de estabelecimentos comerciais superou os 12 238 milhões de euros, praticamente coincidente com o volume de vendas realizado, já que a componente de prestação de serviços – de cerca de 123 milhões de euros – representou apenas 1,0% do total do volume de negócios.

No que se refere ao total do **volume de vendas**, de cerca de 12 115 milhões de euros, 62,9% teve origem nos estabelecimentos de comércio a retalho alimentar, 15,4% nos de comércio a retalho não alimentar e 21,7% nos de comércio por grosso.

Os dados apurados vieram corroborar que foi no comércio a retalho que se realizou o maior número de transacções. O número médio de transacções por estabelecimento no comércio a retalho, 327 336, foi quase o quádruplo do número médio de transacções por estabelecimento no comércio por grosso, de 87 743.

Já no que se refere ao **valor médio das transacções** (volume de vendas médio por transacção¹) a situação é inversa: o valor médio das transacções assumiu um valor mais significativo no comércio por grosso, de 244€, quando comparado com o do comércio a retalho: de 30€ no comércio não alimentar e de 17€ no alimentar.

Da análise dos resultados relativos ao comércio a retalho apurados segundo os escalões de área de exposição e venda dos estabelecimentos ressaltou, por um lado, a maior relevância dos formatos de maior dimensão no que respeita ao volume de vendas gerado, por outro, a maior concentração do número de estabelecimentos nos formatos de menor dimensão, tendência verificada tanto no retalho alimentar como no retalho não alimentar.

Por outro lado, a comercialização de **produtos de marca própria** assumiu maior importância no comércio a retalho alimentar, já que representou 14,9% das vendas, tendo sido comercializados por 72,2% dos estabelecimentos, enquanto que nas unidades de retalho não alimentar a venda de produtos de marca própria não ultrapassou os 5,4% do total das vendas.

No que se refere aos **meios de pagamento utilizados no comércio a retalho**, constatou-se que o recurso a cartões de débito e de crédito, utilizado em 50,3% das vendas realizadas, superou a utilização dos meios de pagamento mais tradicionais, ou seja, através de cheque ou numerário, utilizados em 44,6% das vendas. O recurso a cartões no acto de pagamento foi mais acentuado no retalho não alimentar, utilizados em 57,9% das vendas (contra 48,5% no alimentar) e no qual a utilização de numerário foi menos relevante do que no alimentar (utilizado em 29,6% das vendas contra 45,3% nas UCDR do retalho alimentar).

O número de **pessoas ao serviço** no conjunto das UCDR totalizou 67 350 indivíduos, dos quais 67,1% do género feminino. Nas unidades retalhistas predominou o género feminino (70,8%), enquanto que nas unidades grossistas predominou o género masculino (60,6%).

No conjunto total de unidades 76,4% do total de pessoas ao serviço exerceram funções a tempo completo. O sector grossista foi aquele que empregou uma maior proporção de pessoas a tempo completo: 94,9% do total de pessoas ao serviço nos estabelecimentos de comércio por grosso, em oposição ao retalho alimentar que deteve a maior proporção de pessoas empregadas a tempo incompleto: 26,3% do total de pessoas ao serviço nas unidades de comércio a retalho alimentar.

Também ao nível do número de pessoas ao serviço se destacam os estabelecimentos do retalho alimentar, os quais empregaram 68,5% do conjunto de pessoas ao serviço nas UCDR.

O número médio de pessoas ao serviço por estabelecimento foi de 45 pessoas nas unidades do retalho alimentar, de 25 pessoas nas do retalho não alimentar e de 64 pessoas nas do comércio por grosso.

As remunerações ilíquidas auferidas pelo conjunto de pessoas ao serviço nas UCDR ascendeu a cerca de 749 milhões de euros a que correspondeu uma remuneração média anual² por indivíduo de 10 616 euros e uma remuneração média mensal³ por indivíduo de 758 euros.

¹ Nota: não inclui IVA.

² A remuneração média anual tem por referência o funcionamento de todos os estabelecimentos durante um ano completo.

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

SUMMARY

In 2004 the number of “Large-sized commercial units” (UCDR) establishments was 1 684, 61.3% of which were food retail sales or mainly food oriented establishments (from now on referred to as food retail establishments), 31.4% were non-food retail or predominantly non-food retail establishments (from now on referred to as non-food retail establishments) and 7.3% were wholesale establishments.

The majority of the 1 684 observed establishments, 69.6%, started business between 1991 and 2000 and only 7.4% before 1991.

The turnover of these establishments topped 12 238 million Euros, on a par with sales turnover, since the turnover of rendered services – about 123 million Euros – represented only 1.0% of the total turnover.

As far as the total **sales turnover** is concerned, 62.9% of 12 115 million Euros were originated in food retail establishments, 15.4% in non-food retail establishments and 21.7% in wholesale establishments.

The resulting data supports the conclusion that Retail Trade was responsible for the largest number of transactions. The average number of transactions per retail trade establishment - 327 336, was almost four times the average number of transactions of wholesale trade - 87 743.

Regarding the **average value of transactions** (average sales turnover per transaction¹) the situation is reversed: the average value of transaction was much greater in wholesale trade, 244€, when compared with the average value of transaction in retail trade: 30€ in non-food trade and 17€ in food trade.

From the data analysis on Retail Trade, referring to the sale and display areas of the establishments, in one hand, a direct correlation was found between the size of the establishments and the sales turnover, on the other hand, there was a higher concentration of establishments of lesser dimension, a tendency observed both on food retail trade and non-food retail trade.

Sales of **own brand products** were higher in food retail trade representing 14.9% of sales, traded by 72.2% of the establishments, while in non-food retail units the own brand products sales represented just 5.4% of the total sales.

Regarding the **means of payment used in retail trade**, the use of debit and credit cards reached 50.3% of the sales, topping the use of cheque or cash, used in 44.6% of sales. The use of payment cards was higher in non-food retail trade, where they were used in 57.9% of sales (opposed to 48.5% in food retail). The use of cash or cheque was lower in non-food retail, than in food retail (used in 29.6% of sales against 45.3% in food retail UCDR – large sized commercial units).

The **number of persons employed** in UCDR establishments reached 67 350, of which 67.1% were females. On retail units, women employees prevailed (70.8%), while on wholesale units men employees prevailed (60.6%).

For the total number of units, 76.4% of persons employed were full-time employees. The wholesale sector employed a higher number of full-time employees: 94.9%, while establishments in food retail had a higher number of part-time employees – 26.3%.

Likewise, food retail establishments came on top in terms of the number of employees: 68.5% of the total number of employees in UCDR establishments.

The average number of persons employed per establishment was 45 in food retail, 25 in non-food retail and 64 in wholesale establishments.

Gross salaries earned by employees in UCDR establishments reached 749 million Euros, corresponding to an average annual salary² per employee of 10 616 Euros and a monthly average salary³ of 758 Euros.

¹ Note: does not include V. A. T.

² The average annual salary refers to all opened establishments for a full year.

³ The average monthly salary refers to the average annual salary divided by 14 months.

NOTA INTRODUTÓRIA

A presente publicação visa divulgar os principais resultados apurados do Inquérito aos Estabelecimentos Comerciais – Unidades de Dimensão Relevante, referente ao ano de 2004.

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 com referência a 2000 e 2001 adoptou este conceito de UCDR, tendo contudo sido suspensa a sua realização para 2002.

O INE decidiu reactivar o inquérito em 2005 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.

Neste contexto, a reactivação do inquérito concretizou-se seguindo genericamente a metodologia utilizada em 2002, ainda que com alguns ajustamentos. Contudo, o hiato de tempo entre o inquérito relativo a 2001 e o actual relativo a 2004, impossibilitou que, de forma directa, se procedesse a uma análise comparativa dos resultados de 2004 com os resultados que se obtiveram para 2001, face à evolução entretanto ocorrida no universo de estabelecimentos a inquirir.

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 nesta publicação, bem como solicita e agradece antecipadamente todas as sugestões que permitam a melhoria do presente inquérito.

INTRODUCTION

This publication presents the main findings of the “Trade Establishments Survey – Large-sized Commercial Units” for the year 2004.

The “Trade Establishments Survey” started in 1993, surveying Large-sized Food Retail Commercial Units – establishments with a total retail surface of 2 000 m² or more, shortly followed by the inclusion of establishments with a total retail surface of 1 000 m² or more, in case they originated in regions with less than 30 000 inhabitants (according to the law published on 26th April of 1995 - DL n. ° 83/95 of 26th April).

Portuguese legislation regulating the licensing of trade establishments changed throughout time with the introduction of the definition of “Large-sized Commercial Units” – UCDR (DL n. ° 218/97 of 20th August). The new definition implied that, for licensing purposes, not only the area of a single establishment should be considered but also the sum of the total areas of the establishments belonging to a company or enterprise group. Additionally, apart from the inclusion of food retail establishments, non-food retail establishments have been included as well, along with wholesale establishments. Data referring to the years 2000 and 2001 adopted the UCDR definition but the survey was discontinued in 2002.

In 2005, Instituto Nacional de Estatística (INE) decided to carry out the survey again. Although the legislation that introduced the definition of UCDR was no longer in effect, the definition was used, since it allowed setting the limits on the scope of the survey, in spite of changes in the legislation. It is also an advantage the stability in terms of statistical series and the data not being conditioned by legislation. We hope that, by doing so, statistical data may cover different dimensions of the same reality, meeting the users needs.

The reintroduction of the survey was implemented by generally following the methodology applied in 2002, with some adjustments. However, the gap between the 2001 survey and the current 2004 made it impossible to directly compare the resulting data with previous year data, due to the evolution that occurred in the universe of the establishments under study.

We would like to acknowledge all the companies that duly answered to our survey and, therefore allowed the publication of the statistical data. Finally we appreciate all the suggestions aiming to improve the quality of this survey.

SIMBOLOGIA

SINAIS CONVENCIONAIS

...	=	Dado confidencial
-	=	Resultado nulo
x	=	Dado não disponível
“	=	Estimativa
*	=	Dado rectificado
o	=	Dado inferior a metade do módulo da unidade utilizada

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 Portuguesa 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
m ²	=	Metros quadrados

Para qualquer sugestão, crítica, ou esclarecimento sobre o conteúdo desta publicação contactar:

Departamento de Estatísticas Económicas

Serviço de Estatísticas do Comércio, Turismo e Transportes

Florinda Palma Telefone: 21 842 61 00 ext.: 1114 E-mail: florinda.palma@ine.pt

Pedro Parreira Telefone: 21 842 61 00 ext.: 1268 E-mail: pedro.parreira@ine.pt

Fax. 21 842 63 59

ÍNDICE

Sumário de Resultados / Summary	3/4
Nota Introdutória / Introduction	5/6
Simbologia	7
Capítulo 1 - Análise de Resultados	13
1.1 - Resultados Globais	15
1.2 - Análise Sectorial	17
1.2.1. - Comércio a Retalho	17
1.2.1.1 - Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar	19
1.2.1.1.1 - Caracterização dos Estabelecimentos	19
Distribuição Geográfica	19
Horas de Abertura ao Público	20
Pessoal ao Serviço e Remunerações	20
1.2.1.1.2 - Volume de Vendas e outras variáveis relacionadas	22
Volume de Vendas	22
Volume de Vendas por Categoria de Produtos	23
Produtos de Marca Própria	23
Meios de Pagamento	24
1.2.1.2 - Comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar	25
1.2.1.2.1 - Caracterização dos Estabelecimentos	25
Distribuição geográfica	25
Horas de Abertura ao Público	26
Pessoal ao Serviço e Remunerações	26
1.2.1.2.2 - Volume de Vendas e outras variáveis relacionadas	27
Volume de Vendas	27
Volume de Vendas por Categoria de Produtos	28
Produtos de Marca Própria	29
Meios de Pagamento	29
1.2.2 - Comércio por Grosso	29
1.2.2.1 - Caracterização dos Estabelecimentos	29
Distribuição Geográfica	29
Pessoal ao Serviço e Remunerações	30
1.2.2.2 - Volume de Vendas e outras variáveis relacionadas	31
Volume de Vendas	31
Volume de Vendas por Categoria de Produtos	32

2.1 - RESULTADOS GLOBAIS	35
Quadro 1 - UCDR - Principais resultados e alguns indicadores	35
Quadro 2 - UCDR - Número de estabelecimentos, segundo a actividade, por NUTS II	35
Quadro 3 - UCDR - Volume de Vendas, segundo a actividade, por NUTS II	35
Quadro 4 - UCDR - Pessoal ao Serviço, segundo a actividade, por NUTS II	36
Quadro 5 - UCDR - Número de estabelecimentos, segundo a actividade, por escalões de AEV	36
Quadro 6 - UCDR - Volume de Vendas, segundo a actividade, por escalões de AEV	36
Quadro 7 - UCDR - Pessoal ao Serviço, segundo a actividade, por escalões de AEV	36
Quadro 8 - UCDR - Número de estabelecimentos, segundo a actividade, por ano de abertura	37
2.2 - COMÉRCIO A RETALHO ALIMENTAR OU COM PREDOMINÂNCIA ALIMENTAR	38
Quadro 9 - UCDR - Síntese dos principais resultados - Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar, por NUTS II	38
Quadro 10 - UCDR - Síntese dos principais resultados - Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar, por escalões de AEV	38
Quadro 11 - UCDR - Alguns indicadores relacionados com a população residente - Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar, por NUTS II	39
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	39
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	39
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	39
Quadro 15 - UCDR - Número de transacções e Vendas médias em estabelecimentos do Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar, por escalões de AEV	40
Quadro 16 - UCDR - Volume de Vendas do Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar, segundo a Categoria de produtos, por NUTS II	40
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	41
Quadro 18 - UCDR - Volume de Vendas do Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar, segundo a Categoria de produtos, por escalões de AEV	41
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	42
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	42
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	42
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	43

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	43
Quadro 24 - UCDR - Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar, segundo as suas características - Infraestruturas e Equipamento -, por escalões de AEV	43
2.3 - COMÉRCIO A RETALHO NÃO ALIMENTAR OU SEM PREDOMINÂNCIA ALIMENTAR	44
Quadro 25 - UCDR - Síntese dos principais resultados - Estabelecimentos de Comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar, por NUTS II	44
Quadro 26 - UCDR - Síntese dos principais resultados - Estabelecimentos de Comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar, por escalões de AEV	44
Quadro 27 - UCDR - Alguns indicadores relacionados com a população residente - Comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar, por NUTS II	45
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	45
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	45
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	45
Quadro 31 - UCDR - Número de transacções e Vendas médias em estabelecimentos de Comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar, por escalões de AEV	46
Quadro 32 - UCDR - Volume de Vendas no Comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar, segundo a Categoria de produtos, por NUTS II	46
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	46
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	47
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	47
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	47
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, por escalões de AEV	48
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	48
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	48
Quadro 40 - UCDR - Comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar, segundo as suas características - Infraestruturas e Equipamento -, por escalões de AEV	48
2.4 - COMÉRCIO POR GROSSO	49
Quadro 41 - UCDR - Síntese dos principais resultados - Estabelecimentos de Comércio por grosso, por NUTS II	49
Quadro 42 - UCDR - Síntese dos principais resultados - Estabelecimentos de Comércio por grosso, por escalões de AEV	49

Quadro 43 - UCDR - Volume de Vendas do Comércio por grosso, segundo a Categoria de produtos, por NUTS II 50

Quadro 44 - UCDR - Distribuição do Volume de Vendas do Comércio por grosso, segundo a Categoria de produtos, por NUTS II 50

Quadro 45 - UCDR – Volume de Vendas do Comércio por grosso, segundo a Categoria de produtos, por escalões de AEV 51

Quadro 46 - UCDR - Distribuição do Volume de Vendas do Comércio por grosso, segundo a Categoria de produtos, por escalões de AEV 51

Capítulo 3 - Metodologia, conceitos, nomenclaturas e Classificações 53

Capítulo 4 - Instrumentos de Notação 61



Análise de Resultados

1.1 - RESULTADOS GLOBAIS

Em 2004 o número de estabelecimentos abrangidos pelo conceito de unidade comercial de dimensão relevante ascendeu a 1 684 estabelecimentos, dos quais 61,3% de comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar (que, para simplificação, designaremos de comércio a retalho alimentar), 31,4% de comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar (que, para simplificação, designaremos de comércio a retalho não alimentar) e 7,3% de comércio por grosso.

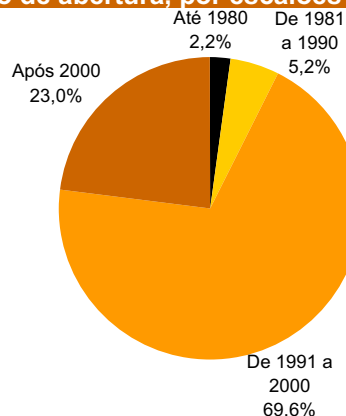
Quadro I

UCDR - Principais resultados e alguns indicadores					
2004					
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	1 684	1 032	529	123
Área de Exposição e Venda					
Total	m ²	2 094 215	1 193 981	480 981	419 253
Média	m ²	1 244	1 157	909	3 409
Nº de Pessoas ao Serviço					
Total	nº	67 350	46 132	13 301	7 917
Do qual:					
A tempo completo	nº	51 476	33 997	9 965	7 514
Do género feminino	nº	45 174	33 445	8 606	3 123
Média por estabelecimento	nº	40	45	25	64
Nº de horas abertos ao público					
Total	h	6 937 820	4 151 248	2 355 989	430 583
Média anual por estabelecimento (a)	h	4 120	4 023	4 454	3 501
Média diária por estabelecimento	h	11	11	12	10
Volume de Negócios	10 ³ €	12 238 247	7 631 741	1 881 510	2 724 996
Volume de Vendas					
Total	10 ³ €	12 115 333	7 618 464	1 866 585	2 630 284
Média por estabelecimento	10 ³ €	7 194	7 382	3 529	21 384
Média por m ² de AEV	€	5 785	6 381	3 881	6 274
Remunerações Iíquidas					
Total	10 ³ €	749 056	463 918	145 991	139 147
Média anual por pessoa ao serviço (a)	€	10 616	10 883	9 829	11 755
Média mensal por pessoa ao serviço	€	758	777	702	840
Número de transacções					
Total	nº	521 763 787	449 232 538	61 738 804	10 792 445
Média por estabelecimento	nº	309 836	435 303	116 709	87 743
Média por m ² de AEV	nº	249	376	128	26
Volume de Vendas Médio por transacção	€	23	17	30	244

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

Figura 1

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

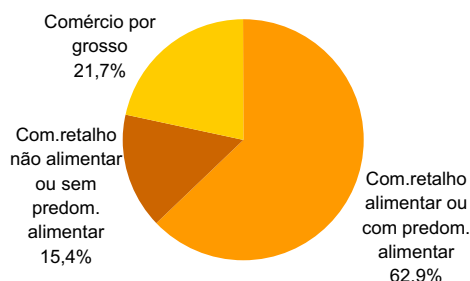


Dos 1 684 estabelecimentos observados, verificou-se que a maioria – 69,6% – entrou em funcionamento entre 1991 e 2000 e que apenas 7,4% terão aberto antes de 1991.

O volume de negócios realizado por este conjunto de estabelecimentos comerciais superou os 12 238 milhões de euros, praticamente coincidente com o volume de vendas realizado, já que a componente de prestação de serviços – de cerca de 123 milhões de euros – representou apenas 1,0% do total do volume de negócios.

Figura 2

**Unidades Comerciais de Dimensão Relevante
- Distribuição do Volume de Vendas, segundo a
actividade -**

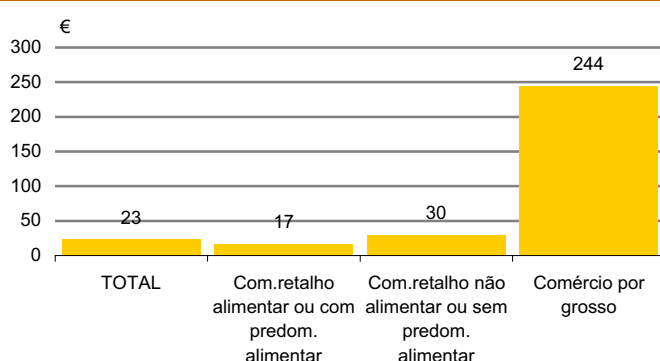


No que se refere ao total do volume de vendas, de cerca de 12 115 milhões de euros, 62,9% teve origem nos estabelecimentos de comércio a retalho alimentar, 15,4% nos de comércio a retalho não alimentar e 21,7% nos de comércio por grosso.

Os dados apurados vieram corroborar que foi no comércio a retalho que se realizou o maior número de transacções. Com efeito, pela repartição do número total de transacções (de cerca de 522 milhões) segundo a origem sectorial, constata-se que só o comércio a retalho alimentar foi responsável por 86,1% do número total de transacções. Em oposição ao comércio por grosso que, pela natureza da actividade, dinamizou um total de transacções bastante inferior: apenas 2,1%. O número médio de transacções, por estabelecimento, no comércio a retalho, 327 336, foi quase o quádruplo do número médio de transacções, por estabelecimento, no comércio por grosso, de 87 743.

Figura 3

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



Já no que se refere ao valor médio das transacções (volume de vendas médio por transacção⁴) a situação é inversa: o valor médio das transacções assumiu um valor mais significativo no comércio por grosso, de 244€, quando comparado com o do comércio a retalho: de 30€ no comércio não alimentar e de 17€ no alimentar.

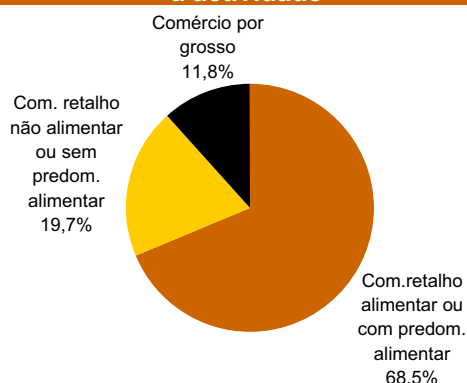
O número de pessoas ao serviço no conjunto das UCDR totalizou 67 350 indivíduos, dos quais 67,1% do género feminino. Nas unidades retalhistas predominou o género feminino (70,8%), enquanto que nas unidades grossistas predominou o género masculino (60,6%).

No conjunto total de unidades, 76,4% do total de pessoas ao serviço exerceram funções a tempo completo. O sector grossista foi aquele que empregou uma maior proporção de pessoas a tempo completo: 94,9% do total de pessoas ao serviço nos estabelecimentos de comércio por grosso, em oposição ao retalho alimentar que deteve a maior proporção de pessoas empregadas a tempo incompleto: 26,3% do total de pessoas ao serviço nas unidades de comércio a retalho alimentar.

⁴ Nota: não inclui IVA.

Figura 4

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

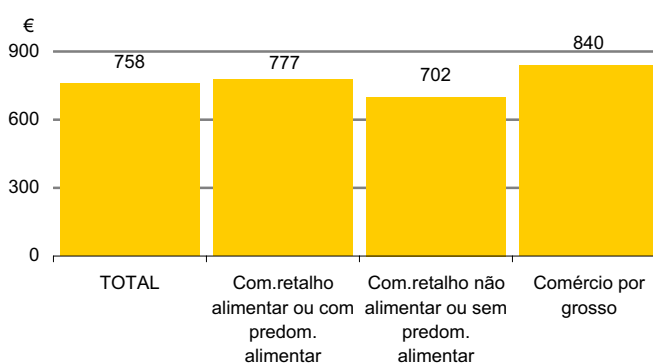


Também ao nível do número de pessoas ao serviço se destacam os estabelecimentos do retalho alimentar, os quais empregaram 68,5% do conjunto de pessoas ao serviço nas UCDR.

O número médio de pessoas ao serviço, por estabelecimento, foi de 45 pessoas nas unidades do retalho alimentar, de 25 nas do retalho não alimentar e de 64 nas do comércio por grosso.

Figura 5

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



As remunerações ilíquidas auferidas pelo conjunto de pessoas ao serviço nas UCDR ascendeu a cerca de 749 milhões de euros, a que correspondeu uma remuneração média anual⁵ por indivíduo de 10 616 euros e uma remuneração média mensal⁶ por indivíduo de 758 euros.

O comércio por grosso registou uma remuneração média mensal de 840€, 10,8% acima da média mensal do conjunto das UCDR.

1.2 - ANÁLISE SECTORIAL

1.2.1. - Comércio a Retalho

Em 2004, as 1 561 UCDR observadas no comércio a retalho dinamizaram um volume de negócios de cerca de 9 513 milhões de euros, dos quais 9 485 milhões de euros de volume de vendas. O contributo das prestações de serviços para o volume de negócios, apesar de diminuto, foi superior no retalho não alimentar, representando 0,8% do volume de negócios, em comparação com 0,2% no retalho alimentar.

As 1 032 unidades do Comércio a retalho alimentar asseguraram 80,3% do volume de vendas total das unidades de dimensão relevante do comércio a retalho. O volume de vendas médio por estabelecimento foi também superior no retalho alimentar, cerca de 7,4 milhões de euros, contra aproximadamente 3,5 milhões de euros no retalho não alimentar. Em contrapartida o volume de vendas médio por transacção⁷ no retalho não alimentar, de 30€, foi superior ao do alimentar, de 17€, já que também o número de transacções médio por estabelecimento foi muito superior no retalho alimentar (3,7 vezes superior ao do não alimentar).

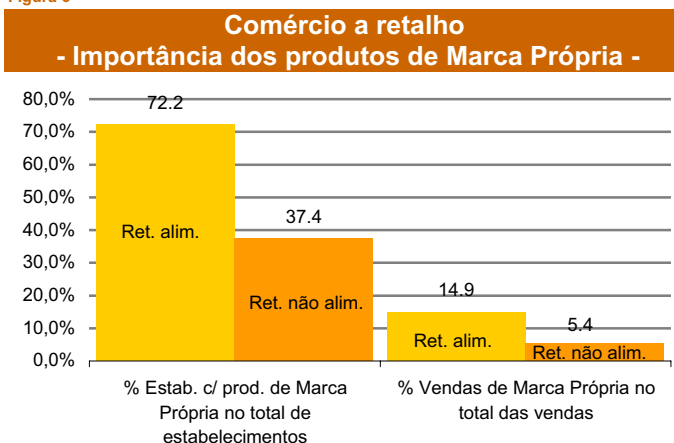
Da análise dos resultados apurados segundo os escalões de área de exposição e venda dos estabelecimentos ressaltou, por um lado, a maior relevância dos formatos de maior dimensão no que respeita ao volume de vendas gerado, por outro, a maior concentração do número de estabelecimentos nos formatos de menor dimensão, tendência verificada tanto no retalho alimentar como no retalho não alimentar.

⁵ A remuneração média anual tem por referência o funcionamento de todos os estabelecimentos durante um ano completo.

⁶ A remuneração média mensal corresponde à remuneração média anual dividida por 14 meses.

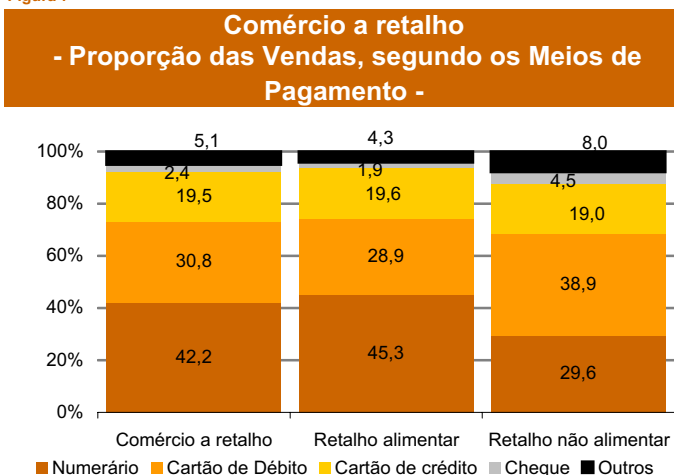
⁷ Nota: não inclui IVA.

Figura 6



Segundo os dados apurados, a comercialização de **produtos de marca própria** assumiu maior importância no comércio a retalho alimentar, já que representou 14,9% das vendas, tendo sido comercializados por 72,2% dos estabelecimentos, enquanto que nas unidades de retalho não alimentar a venda de produtos de marca própria não ultrapassou os 5,4% do total das vendas.

Figura 7



No que se refere aos **meios de pagamento** utilizados no comércio a retalho, constatou-se que o recurso a cartões de débito e de crédito, utilizado em 50,3% das vendas realizadas, superou a utilização dos meios de pagamento mais tradicionais, ou seja, através de cheque ou numerário, utilizados em 44,6% das vendas. O recurso a cartões no acto de pagamento foi mais acentuado no retalho não alimentar, utilizados em 57,9% das vendas (contra 48,5% no alimentar) sendo a utilização de numerário bastante menos relevante do que no alimentar (utilizado em apenas 29,6% das vendas, contra 45,3% nas UCDR do retalho alimentar).

Relativamente ao **Pessoal ao serviço** nas unidades retalhistas, que ascendeu a 59 433 indivíduos, constatou-se que 77,6% trabalharam no comércio a retalho alimentar. Tanto no retalho alimentar como no não alimentar predominou o género feminino, embora de forma mais intensa no retalho alimentar (72,5% contra 64,7% de mulheres no não alimentar). A percentagem de pessoas que trabalharam a tempo incompleto foi semelhante no retalho alimentar e no não alimentar, 26,3% e 25,1% respectivamente.

A remuneração média mensal⁸ por pessoa nas UCDR do comércio não alimentar, de 702€, ficou ligeiramente abaixo da registada nas UCDR do ramo alimentar, de 777€.

Horas de Abertura ao Público

Em 2004, o número médio de horas anuais que cada UCDR retalhista esteve aberta ao público foi de 4 023 horas no retalho alimentar e de 4 454 horas no retalho não alimentar, tendo-se traduzido em 11 e em 12 horas diárias, respectivamente. No que se refere aos horários de abertura ao público verificou-se que, enquanto no retalho alimentar a maioria das unidades abriu antes das 9 horas (90,4% das unidades), no não alimentar apenas 42,2% abriram antes das 9h. Em contrapartida, apenas 18,3% das unidades do alimentar encerraram depois das 21 horas, enquanto que no não alimentar 79,6% do total das unidades encerraram depois das 21 horas.

Relativamente à localização dos estabelecimentos retalhistas do universo analisado, observou-se que no retalho não alimentar foram predominantes as unidades que se situavam num centro comercial (64 % do total de unidades do retalho não alimentar) enquanto que no retalho alimentar as unidades que se situavam em centros comerciais constituíram uma minoria (16,1% do total de unidades do retalho alimentar). A disponibilidade de parque de estacionamento nas unidades retalhistas foi ligeiramente superior no conjunto do retalho não alimentar: 61,8% das unidades, contra 54,5% no retalho alimentar, dispunham em 2004 de parque de estacionamento (Quadro 24 e Quadro 40 - Capítulo 2).

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

1.2.1.1 - Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar

1.2.1.1.1 - Caracterização dos Estabelecimentos

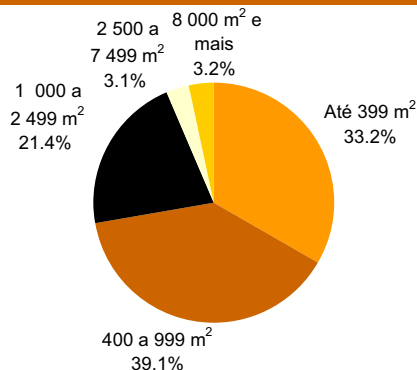
Distribuição Geográfica

No comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar, segundo os dados apurados, em 2004 estiveram em actividade 1 032 estabelecimentos, sendo de destacar a forte concentração de estabelecimentos observada nas regiões de Lisboa (36,9% do total de estabelecimentos) e do Norte (29,7% do total de estabelecimentos).

A área de exposição e venda (AEV) deste conjunto de unidades ascendeu a 1 193 981m², a que correspondeu uma AEV média por estabelecimento de 1 157 m². A região de Lisboa liderou também a concentração de superfície implantada (tendo abrangido 33,6% do total de AEV das UCDR do retalho alimentar), logo seguida da região Norte (com 32,8%).

Figura 8

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

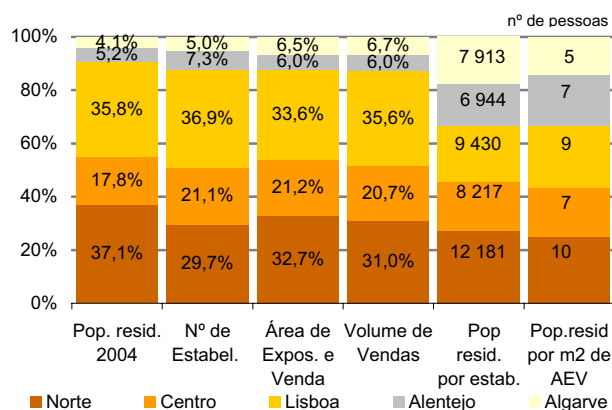


A distribuição do número de estabelecimentos segundo os escalões de dimensão da AEV traduziu-se, conforme esperado, pela forte concentração de unidades nos escalões de menor dimensão.

Analisando a distribuição dos estabelecimentos nas diferentes regiões, bem como a área de exposição e venda respectiva face à população residente, sobressaiu, por um lado, a região Norte com os maiores rácios da população residente, quer por estabelecimento, quer por metro quadrado de AEV, aos quais estará associada a forte densidade populacional da região. Por outro, destacou-se a do Algarve que, tendo o menor número de estabelecimentos e apresentando o menor rácio da população residente por metro quadrado de AEV, foi a região onde se observou a maior área de exposição e venda média por estabelecimento, constatações a que não serão alheias as fortes pressões turísticas a que a região algarvia é sujeita (ver Quadro 11).

Figura 9

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

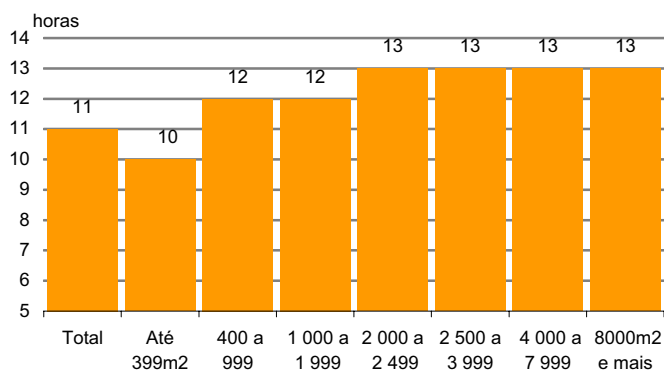


Horas de Abertura ao Público

Nas unidades do retalho alimentar, o número de horas de abertura ao público, cuja média anual por estabelecimento ascendeu a 4 023 horas, foi distinto consoante a dimensão do estabelecimento: enquanto as unidades com menos de 400 m² de AEV abrem em média 10 horas por dia, aquelas cuja AEV supera os 7 999 m², abrem em média 13 horas.

Figura 10

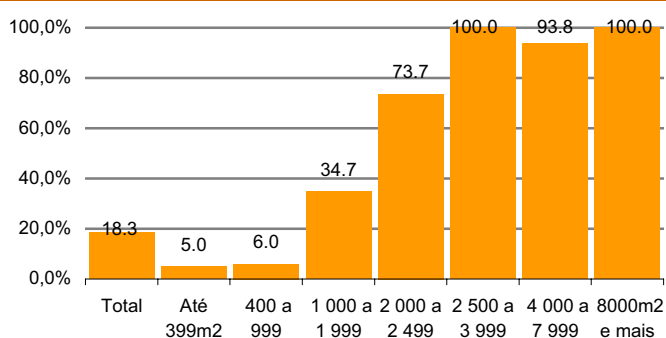
Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar - Número médio diário de horas de abertura, segundo os escalões de AEV -



Relativamente ao horário de abertura e de encerramento⁹, verificou-se que a maioria das unidades abriu antes das 9 h (90,4% do total das unidades), independentemente da dimensão do estabelecimento, tendo sido ao nível do horário de encerramento que se observaram maiores diferenças, em função da dimensão da área de exposição e venda dos estabelecimentos.

Figura 11

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



Assim, nos escalões de menor AEV a percentagem de estabelecimentos que encerrou depois das 21h foi muito reduzida - de 5% nas unidades com AEV inferior a 400m² e de 6% nas unidades com AEV entre 400 e 999 m², contrariamente à dos escalões de maior dimensão - acima de 90% nas unidades com AEV entre 4 000 m² e 7 999 m² e de 100% nas unidades com AEV entre 2 500 m² e 3 999 m² e com AEV igual ou superior a 8 000 m².

Pessoal ao Serviço e Remunerações

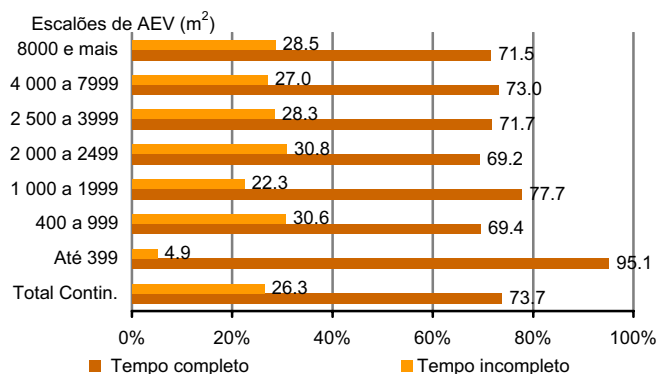
O sector do retalho alimentar das UCDR empregou 46 132 pessoas, maioritariamente (72,5%) do género feminino. O número médio de pessoas ao serviço por estabelecimento foi de 45 pessoas, variando entre 7 pessoas, nas unidades com AEV inferior a 400 m², e 377 pessoas, nas unidades com AEV a partir de 8 000 m².

⁹ Considerou-se nesta análise o horário de segunda-feira a quinta-feira, os dias da semana em que os horários de funcionamento são mais directamente comparáveis para a globalidade das unidades.

Cerca de 26,3% do total das pessoas ao serviço trabalharam a tempo incompleto. Contudo, nos estabelecimentos de menor dimensão, a percentagem de pessoas que trabalharam a tempo incompleto foi pouco expressiva: nas unidades com AEV inferior a 400 m² aquela percentagem foi de apenas 4,9% do total enquanto que, nas unidades com AEV a partir de 400 m², 27,6% do total de pessoas trabalhou a tempo incompleto.

Figura 12

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



O total de remunerações pagas ascendeu a cerca de 464 milhões de euros, o que correspondeu a uma remuneração média mensal¹⁰ de 777 euros.

Segundo os dados apurados, ao nível das regiões, a remuneração média mensal por pessoa variou entre um mínimo de 743€ na região do Alentejo e um máximo de 810€ na região do Algarve.

Figura 13

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

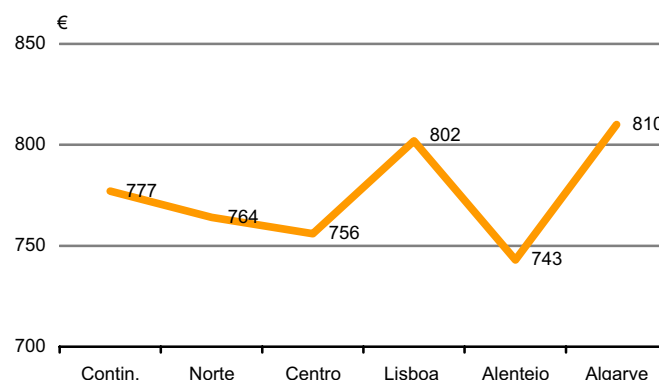
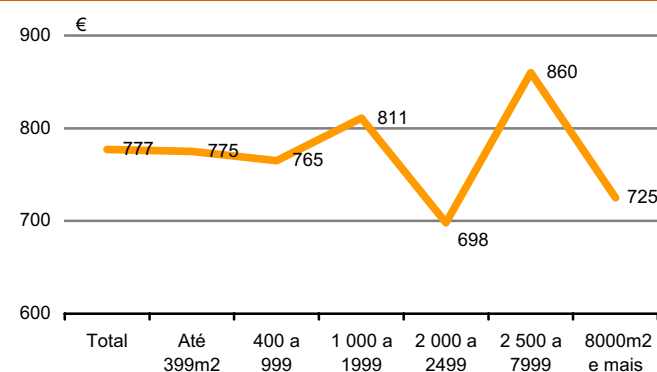


Figura 14

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



No que respeita à variabilidade das remunerações nas diferentes tipologias de estabelecimentos segundo a dimensão, verificou-se que a remuneração média mensal variou entre um mínimo de 698€, nos estabelecimentos com AEV entre os 2 000 e os 2 499 m² e um máximo de 860€, nas unidades com uma AEV entre 2 500 e 7 999 m².

¹⁰ 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

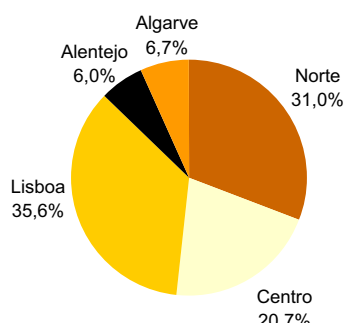
Volume de Vendas

O volume de vendas nas UCDR do retalho alimentar, em 2004, ascendeu a 7 618 milhões de euros, a que correspondeu um volume de vendas médio, por estabelecimento, de cerca de 7,4 milhões de euros.

Este volume de vendas envolveu cerca de 449 milhões de transacções, o que se traduziu num valor médio por transacção de 17 euros¹¹.

Figura 15

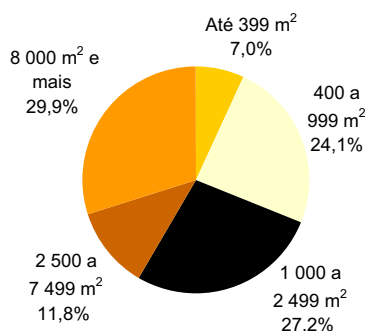
Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar
- Distribuição do Volume de Vendas, por NUTS II -



A distribuição do volume de vendas ao nível regional traduziu-se pela concentração nas regiões de Lisboa, Norte e Centro, semelhante à verificada na distribuição dos estabelecimentos, distinguindo-se desta apenas pela maior concentração no Algarve face ao Alentejo.

Figura 16

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



A partir dos resultados apurados segundo os escalões de área de exposição e venda dos estabelecimentos, observou-se que a maior concentração de volume de vendas ocorreu nos estabelecimentos com uma área de exposição e venda entre 400 e 2 499 m² (51,3% do volume de vendas total do retalho alimentar) e nos estabelecimentos com mais de 8 000 m² (29,9% do mesmo total), embora se distingam pelo facto do primeiro grupo corresponder a 60,5% do total de estabelecimentos e o segundo a apenas 3,2%.

Esta constatação reflecte o facto do número de transacções médio por estabelecimento ser crescente com os escalões de dimensão dos estabelecimentos, relação que se reproduz no volume de vendas médio por estabelecimento, mas de forma reforçada, já que também o valor médio das transacções (volume de vendas médio por transacção¹²) foi sucessivamente superior no sentido crescente dos escalões de dimensão de AEV.

Quadro II

UCDR - Número de Transacções e Vendas Médias em estabelecimentos do Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar, por escalões de AEV				
2004				
Unidade: 10 ³ €				
Escalões de AEV	Volume de Vendas médio por estabelecimento	Volume de Vendas médio por m² de AEV	Número médio de transacções por estabelecimento	Volume de Vendas médio por transacção (a)
Total (Continente)	7 382 233	6 381	435 303	17
Até 399 m²	1 548 731	6 268	218 884	7
De 400 a 999 m²	4 552 294	6 006	359 129	13
De 1 000 a 1 999 m²	8 811 629	5 960	523 979	17
De 2 000 a 2 499 m²	15 509 381	7 308	698 761	22
De 2 500 a 3 999 m²	21 627 857	6 593	893 671	24
De 4 000 a 7 999 m²	34 475 526	6 120	1 289 203	27
8 000 m² e mais	69 102 836	7 078	2 284 241	30

(a) - Não inclui IVA

¹¹ Volume de vendas médio por transacção (não inclui IVA).

¹² Não inclui IVA

Volume de Vendas por Categoria de Produtos

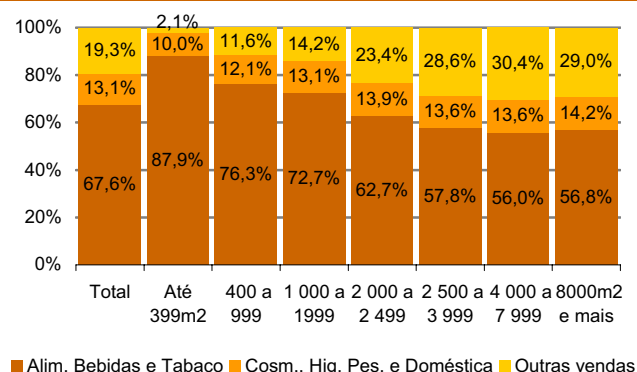
As vendas de produtos alimentares, bebidas e tabaco ascenderam a cerca de 5 150 milhões de euros, correspondendo a 67,6% do total das vendas das unidades do comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar.

A importância que a venda de produtos alimentares, bebidas e tabaco assumiu no total das vendas dos estabelecimentos revelou-se inversamente proporcional à dimensão dos estabelecimentos, o que seria expectável face à maior diversidade de oferta de outras categorias de produtos, nos estabelecimentos de maior dimensão.

Figura 17

Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar

- Vendas por grandes agrupamentos de produtos, segundo os escalões de AEV -



Por categorias de produtos (Quadro 17 – Capítulo 2), destacaram-se dentro dos produtos alimentares as categorias dos lacticínios (Leite, seus derivados e ovos), dos produtos de carne ou à base de carne, e dos frutos e produtos hortícolas, os quais representaram respectivamente 12,9%, 9,4% e 6,8% do total das vendas das UCDR do retalho alimentar. No conjunto dos produtos não alimentares, sobressaíram as categorias dos Produtos de cosmética e de higiene pessoal, com 8,5% do total das vendas, dos Produtos de limpeza e similares para uso doméstico, com 4,5% do total, do Mobiliário e outros artigos para uso doméstico, com 3,4%, e ainda dos Electrodomésticos, aparelhos de TV, áudio e vídeo, instrumentos musicais, cassetes, discos, CD e DVD, com 2,7% do total de vendas destas UCDR.

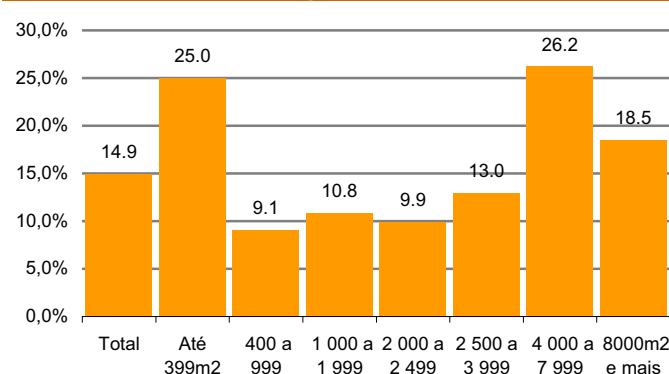
Produtos de Marca Própria

As vendas de produtos de marca própria representaram, em 2004, cerca de 14,9% do total das vendas das UCDR do retalho alimentar, realizadas em 72,2% deste conjunto de estabelecimentos.

Figura 18

Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar

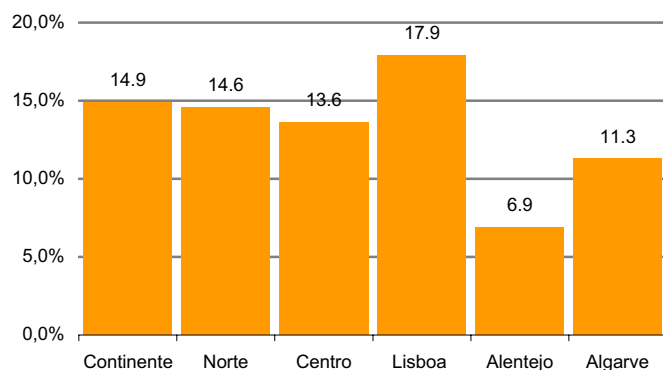
- % das Vendas de produtos de Marca Própria no total de vendas, por escalões de AEV -



Constatou-se ainda que a venda de produtos de marca própria assumiu menor importância no total de vendas nas unidades de dimensões intermédias: nos estabelecimentos com área de exposição e venda entre 400 m² e 3 999 m², as vendas de marcas próprias representaram 10,2% do total das vendas, nos de menor dimensão aquela proporção foi de 25% e nos de dimensão superior a 3 999 m² foi de 20%.

Figura 19

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



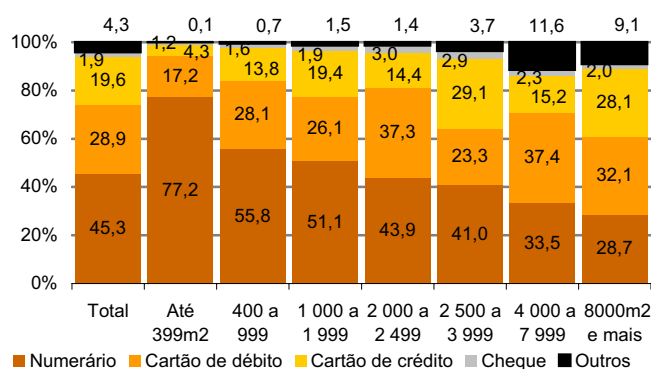
Em termos regionais, a venda de produtos de marca própria assumiu maior importância nas regiões de Lisboa e do Norte (17,9% e 14,6% das vendas totais, respectivamente) em oposição à região do Alentejo onde assumiu menor relevância (6,9% das vendas totais).

Meios de Pagamento

No que se refere aos **meios de pagamento** utilizados no comércio a retalho alimentar, o recurso a cartões de débito e de crédito foi utilizado em 48,4% das vendas realizadas, já superando a utilização dos meios de pagamento mais tradicionais ou seja através de cheque ou numerário, utilizados em 47,2% das vendas.

Figura 20

Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar
- Proporção das Vendas, segundo os Meios de Pagamento, por escalões de AEV -



A utilização predominante dos meios de pagamento revelou-se distinta para as diferentes tipologias de estabelecimentos, segundo a sua dimensão. Assim, a utilização de cartões de débito e de crédito foi tanto maior quanto maior a dimensão dos estabelecimentos, tendo sido predominante a utilização de numerário nos estabelecimentos de menor dimensão (utilizado em 77,2% das vendas dos estabelecimentos com menos de 400 m²).

Embora as diferenças entre as regiões tenham sido pouco acentuadas, constatou-se que na região de Lisboa se registou a maior utilização de cartões de crédito e de débito (em 51,2% das vendas) e na região do Algarve registou-se a maior utilização de numerário (em 50,1% das vendas).

1.2.1.2 - Comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar

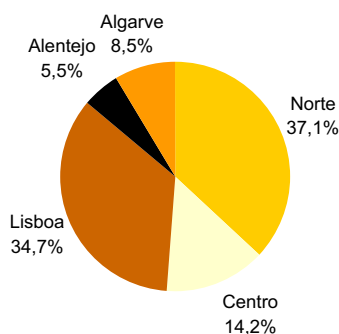
1.2.1.2.1 - Caracterização dos Estabelecimentos

Distribuição geográfica

Em 2004, segundo os resultados obtidos, estiveram em actividade 529 UCDR no comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar. À semelhança do retalho alimentar sobressai a maior concentração de estabelecimentos observada nas regiões do Norte (37,1% do total de estabelecimentos) e de Lisboa (34,7% do total de estabelecimentos), embora neste caso seja a região do Norte a liderar.

Figura 21

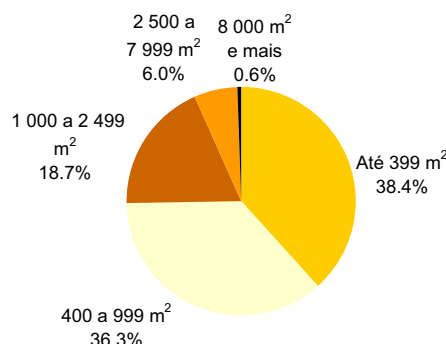
Comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar - Distribuição do número de estabelecimentos, por NUTS II -



A área de exposição e venda (AEV) das UCDR do retalho não alimentar totalizou 480 981 m², a que correspondeu uma AEV média por estabelecimento de 909 m². No que se refere ao total de área de exposição e venda implantada no país, foi a região de Lisboa que liderou, tendo concentrado 47,4% do total de AEV das UCDR do retalho não alimentar, seguida da região Norte com 29,6% do total.

Figura 22

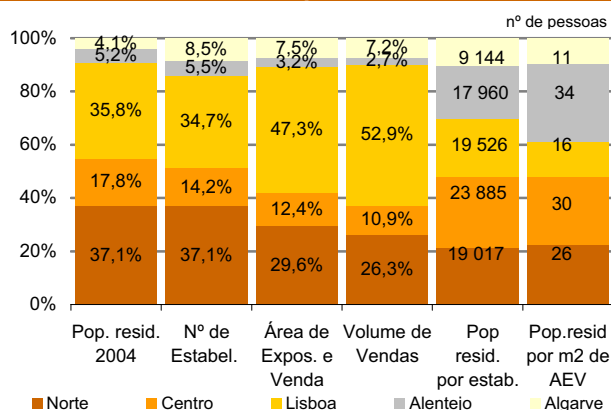
Comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar - Distribuição do número de estabelecimentos, por escalões de AEV -



Também nas unidades do retalho não alimentar se verificou uma maior predominância de estabelecimentos de menor dimensão.

Figura 23

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

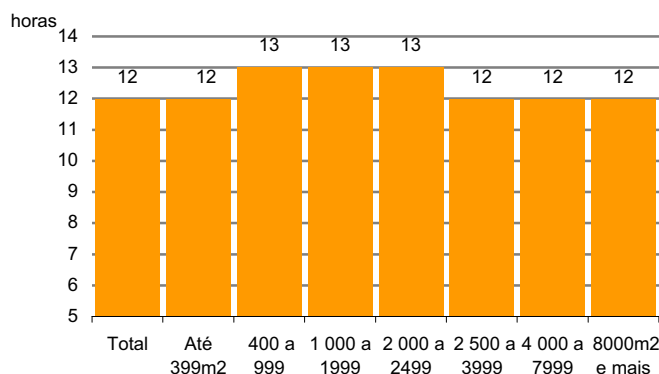


Analisando o grau de oferta deste tipo de unidades comerciais nas diferentes regiões, face à população residente, destacou-se a região Centro que registou o maior número de pessoas residentes por estabelecimento.

Horas de Abertura ao Público

Figura 24

Comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar - Número médio diário de horas de abertura, por escalões de AEV -



cionamento, não se identificou um padrão de comportamento homogéneo em função dos escalões de dimensão da AEV dos estabelecimentos.

Durante todo o ano de 2004, as unidades do retalho não alimentar estiveram abertas ao público, em média, 4 454 horas. Ao contrário do observado no retalho alimentar, não se identificou a existência de um padrão de relação entre o número médio de horas diárias de abertura ao público por estabelecimento e a dimensão do mesmo.

Relativamente ao horário de abertura e de encerramento¹³, verificou-se que 57,8% das unidades abriram depois das 9 h e predominaram as que encerraram depois das 21 h (79,6% do total das unidades).

Também no que respeita ao horário de fun-

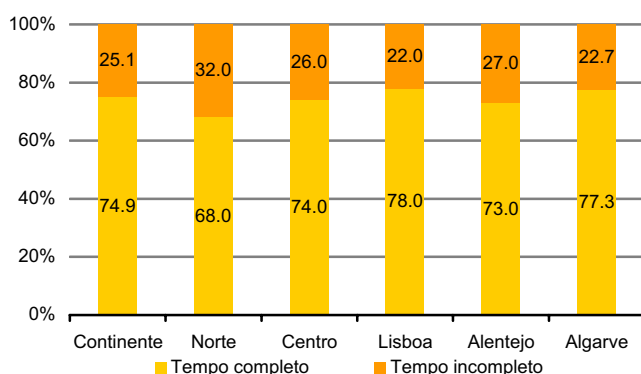
Pessoal ao Serviço e Remunerações

O conjunto de UCDDR no retalho não alimentar empregou 13 301 pessoas, com uma predominância do género feminino (64,7%), embora menos relevante que no retalho alimentar.

O número médio de pessoas ao serviço por estabelecimento foi de 25 pessoas, tendo variado entre 11 pessoas nas unidades com AEV inferior a 400 m², e 859 pessoas nas unidades com AEV igual ou superior a 8 000 m².

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 -



Cerca de 25,1% do total das pessoas ao serviço trabalharam a tempo incompleto nas unidades do retalho não alimentar, tendo sido a região de Lisboa aquela que registou uma menor percentagem de pessoas a trabalharem a tempo incompleto (22,0%), em contraposição à região do Norte, na qual se registou a maior percentagem de pessoas a trabalharem a tempo incompleto (32,0%). No retalho não alimentar, a importância do trabalho a tempo incompleto segundo a dimensão dos estabelecimentos apresentou uma distribuição assimétrica, pelo que não se identificou a existência de uma relação directa entre as duas variáveis.

O total de remunerações pagas ascendeu a cerca de 146 milhões de euros, o que correspondeu a uma remuneração média mensal¹⁴ de 702 euros.

¹³ Considerou-se nesta análise o horário de segunda-feira a quinta-feira, os dias da semana em que os horários de funcionamento são mais directamente comparáveis para a globalidade das unidades.

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

A variabilidade da remuneração média mensal por pessoa ao serviço nos diversos escalões de dimensão dos estabelecimentos foi mais acentuada do que a que se registou no conjunto das UCDR do retalho alimentar, tendo-se identificado para o conjunto de unidades com AEV inferior a 8 000 m², uma relação crescente entre a remuneração média mensal por pessoa ao serviço e o escalão de dimensão dos estabelecimentos.

Figura 26

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

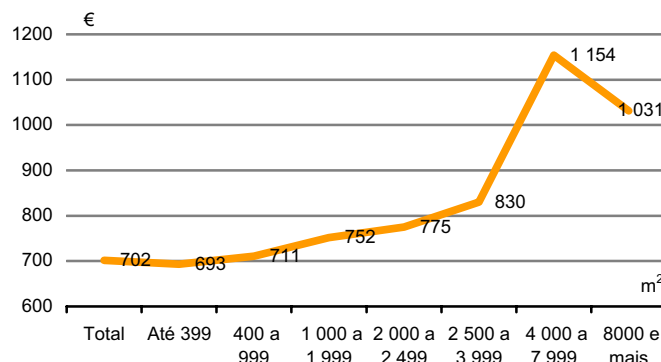
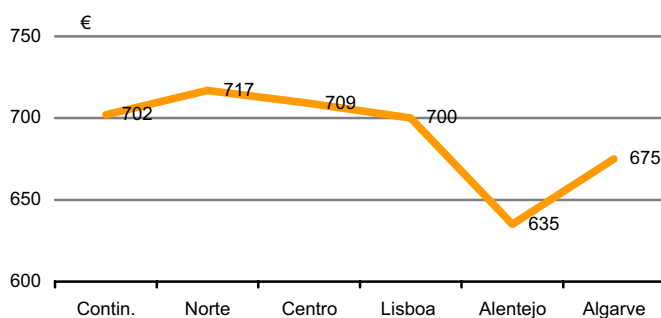


Figura 27

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



Ao nível das regiões, as diferenças entre as respectivas remunerações médias mensais revelaram-se menos acentuadas.

1.2.1.2.2 - Volume de Vendas e outras variáveis relacionadas

Volume de Vendas

Nas UCDR do retalho não alimentar, em 2004, o volume de vendas ascendeu a 1 867 milhões de euros, a que correspondeu um volume de vendas médio, por estabelecimento, de cerca de 3,5 milhões de euros.

Este volume de vendas resultou de cerca de 62 milhões de transacções, a que corresponde um valor médio por transacção de 30 euros (volume de vendas médio por transacção, o qual não inclui IVA).

Tal como se verificou no retalho alimentar, Lisboa foi a região que concentrou a maior proporção das vendas realizadas, 52,9% do total, e onde se registou o maior valor médio das transacções: 35€. Seguiu-se a região do Norte com 26,3% do total das vendas, a região que liderou em concentração de estabelecimentos (37,1% do total de estabelecimentos), a região Centro com 10,9% das vendas, o Algarve e o Alentejo, acompanhando a ordem sequencial que ocuparam em termos de concentração de estabelecimentos com 7,2% e 2,7% do total das vendas, respectivamente. O Alentejo foi a região onde se registou o menor valor médio das transacções, de 24€.

Figura 28

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

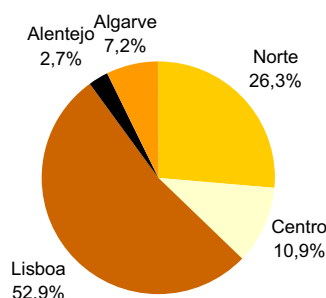
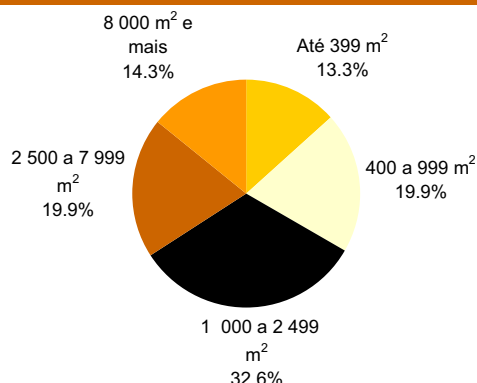


Figura 29

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



No retalho não alimentar, a distribuição do volume de vendas segundo a dimensão dos estabelecimentos, traduziu-se por uma concentração nas unidades com uma AEV entre os 1 000 m² e os 2 499 m², as quais asseguraram 32,6% do total do volume de vendas, tendo-se verificado uma repartição quase simétrica do remanescente pelos escalões acima de 2 499 m² e abaixo de 1 000 m².

Verificou-se adicionalmente que o valor médio das transacções foi superior nas unidades de maior dimensão. A este respeito é relevante ter em conta que, no caso do retalho não alimentar, face à heterogeneidade de actividades que abrange, o valor médio das transacções será igualmente determinado pelo subsector de actividade que se considere dentro do não alimentar, pelo que a variabilidade do valor médio das transacções, por escalão de dimensão, variará necessariamente em função das áreas de actividade predominantes em cada um deles.

Quadro III

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

2004

Unidade: €

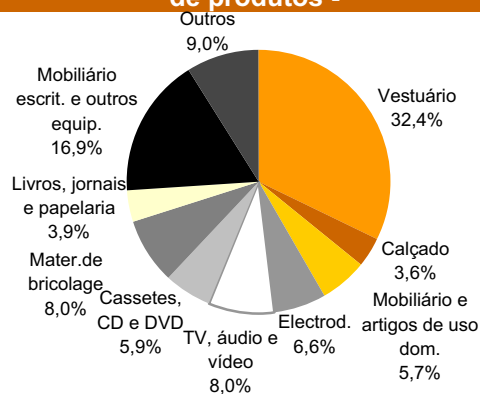
Escalões de AEV	Volume de Vendas médio por estabelecimento	Volume de Vendas médio por m² de AEV	Número médio de transacções por estabelecimento	Volume de Vendas médio por transacção (a)
Total (Continente)	3 528 516	3 881	116 709	30
Até 399 m²	1 227 241	5 568	60 649	20
De 400 a 999 m²	1 935 084	3 372	76 116	25
De 1 000 a 1 999 m²	6 362 132	4 475	232 040	27
De 2 000 a 2 499 m²	4 232 797	1 923	149 327	28
De 2 500 a 3 999 m²	12 435 211	3 752	343 552	36
De 4 000 a 7 999 m²	7 936 017	1 641	292 514	27
8 000 m² e mais	88 809 817	4 274	660 167	135

(a) - Não inclui IVA

Volume de Vendas por Categoria de Produtos

Figura 30

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



Da análise do volume de vendas das UCDR do retalho não alimentar, o vestuário revelou-se a categoria de produtos mais relevante neste conjunto de estabelecimentos (32,4% do volume de vendas total) seguida do mobiliário de escritório e outros equipamentos (16,9%), dos materiais de bricolage (8,0%) a par da categoria dos aparelhos de TV, áudio e vídeo (8%) e dos electrodomésticos (6,6%).

A relevância das diversas categorias de produtos foi diferenciada em função da dimensão dos estabelecimentos (Quadro 35 – Capítulo 2). Destacou-se, em particular, a importância que o vestuário assumiu nas unidades de menor dimensão (superior a 75% do volume de vendas total das unidades com AEV inferior a 400 m²), bem como os materiais de bricolage nas unidades de maior dimensão (16% do volume de vendas total das UCDR com AEV superior ou igual a 2 000 m²).

Da mesma forma, a importância relativa das diversas categorias de produtos foi diferente nas várias regiões (Quadro 33 – Capítulo 2), embora com diferenças menos acentuadas do que as verificadas segundo a dimensão dos estabelecimentos. É de assinalar a maior importância relativa face à média do Continente que a categoria dos electrodomésticos assumiu no Alentejo (14,2% do total das vendas das UCDR dessa região), a maior importância relativa dos materiais de bricolage na região Centro (12,5% do total das vendas das UCDR dessa região) bem como das vendas de vestuário no Algarve (37,1% do total das vendas das UCDR algarvias).

Produtos de Marca Própria

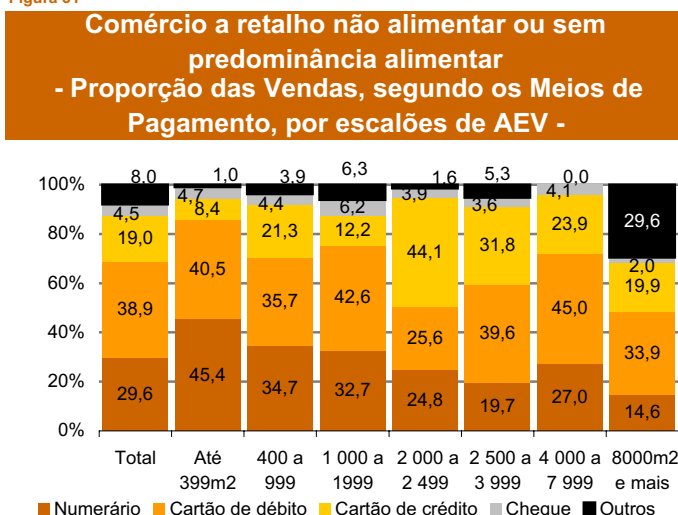
Em relação aos **produtos de marca própria**, no retalho não alimentar a venda destes produtos assumiu uma relevância menor do que a observada no comércio alimentar. Em 2004 apenas 37,4% das UCDR do retalho não alimentar realizou vendas de produtos de marca própria, as quais representaram apenas 5,4% do total das vendas desses estabelecimentos.

Meios de Pagamento

No que se refere aos **meios de pagamento** utilizados no comércio a retalho não alimentar, o recurso a cartões de débito e de crédito foi utilizado em 57,9% das vendas realizadas, tendo superado claramente a utilização dos meios de pagamento mais tradicionais, ou seja, através de cheque ou numerário, utilizados em 34,1% das vendas.

Também no retalho não alimentar se constatou uma menor importância da utilização de numerário no pagamento das vendas realizadas pelas unidades de maior dimensão.

Figura 31



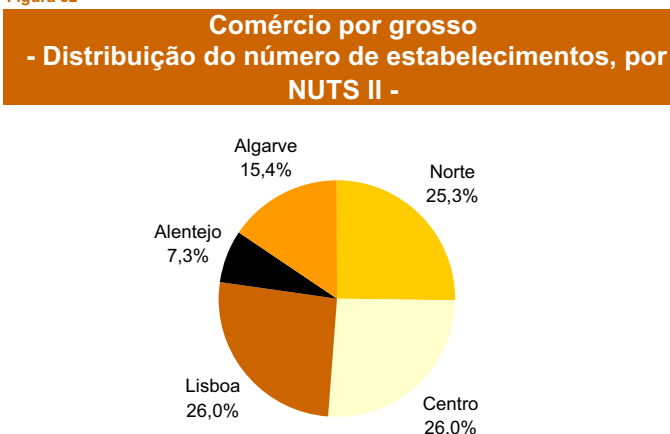
1.2.2 - Comércio por Grosso

1.2.2.1 - Caracterização dos Estabelecimentos

Distribuição Geográfica

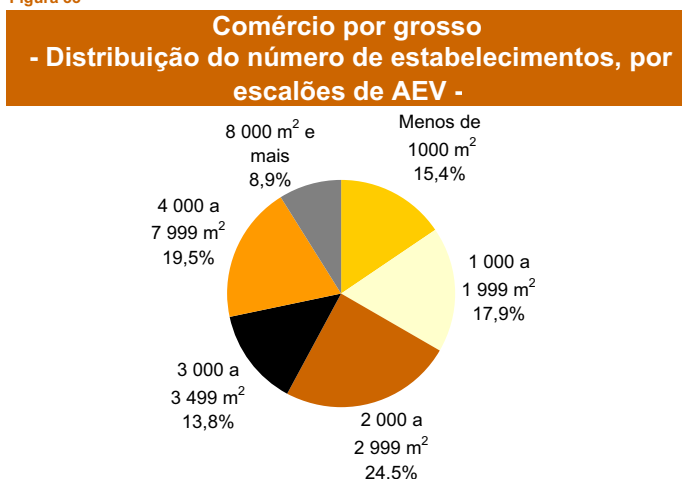
Em 2004, segundo os resultados apurados, o número de UCDR no comércio por grosso ascendeu a 123 estabelecimentos, 77,2% distribuídos de forma quase equitativa pelas regiões de Lisboa (26,0%), Norte (25,3%) e Centro (26,0%), tendo sido a região do Alentejo aquela onde se observaram menos UCDR grossistas: 7,3%.

Figura 32



A área de exposição e venda (AEV) das UCDR grossistas ascendeu a um total de 419 253 m², a que correspondeu uma AEV média por estabelecimento de 3 409 m², muito superior à observada quer no retalho alimentar quer no retalho não alimentar.

Figura 33

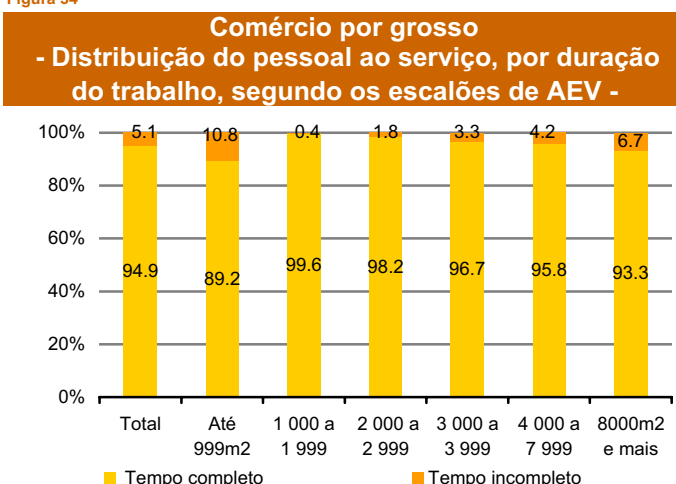


A distribuição das unidades grossistas, segundo a sua dimensão, foi bastante mais uniforme do que a das unidades retalhistas. No entanto, é também o escalão de dimensão superior aquele que é menos representativo em número de unidades grossistas, tendo abrangido apenas 8,9% do total de unidades. O escalão mais representativo referiu-se ao conjunto de unidades com AEV entre 2 000 e 2 999 m², no qual se registou 24,5% do total de unidades grossistas.

Pessoal ao Serviço e Remunerações

No conjunto das 7 917 pessoas ao serviço nas UCDR grossistas, observou-se uma predominância do género masculino (60,6%), ao contrário do verificado nas UCDR retalhistas que empregaram maioritariamente mulheres.

Figura 34



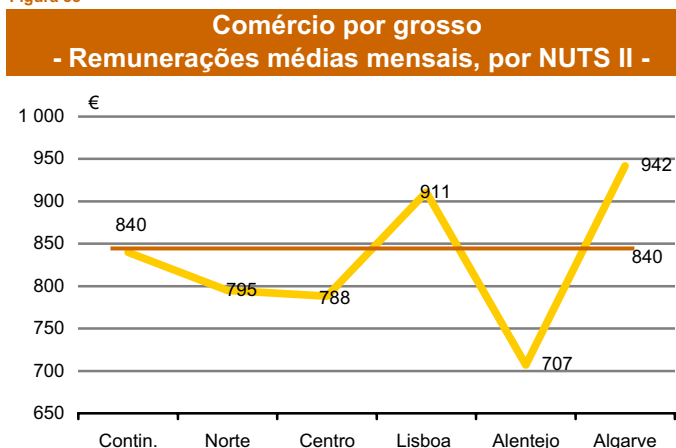
Por outro lado, face ao observado no retalho, os resultados contrastaram também pela predominância (cerca de 95%) de pessoas a trabalharem a tempo completo, independentemente da dimensão do estabelecimento.

O número médio de pessoas ao serviço por estabelecimento, no conjunto das UCDR grossistas, foi de 64 pessoas, superior na região de Lisboa (108) e bastante inferior na região do Alentejo (27).

Segundo os dados apurados, o total de remunerações pagas ascendeu a cerca de 139 milhões de euros, tendo correspondido a uma remuneração média anual¹⁵ por pessoa de 11 755 euros. A

correspondente remuneração média mensal¹⁶ nas UCDR do comércio por grosso, de 840 euros, foi superior à do comércio a retalho.

Figura 35



Da análise regional, é de salientar a variabilidade observada ao nível das remunerações por pessoa ao serviço: no Algarve a remuneração média mensal ficou 12,1% acima da média das cinco regiões, em Lisboa o desvio foi de 8,6% acima da média. No Alentejo foi de 15,8% abaixo da média, seguido da região Centro, 6,1% abaixo da média, e finalmente da região Norte 5,3% abaixo da média apurada para o Continente.

¹⁵ A remuneração média anual tem por referência o funcionamento de todos os estabelecimentos durante um ano completo.

¹⁶ 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

Em 2004, o volume de vendas apurado para o conjunto das UCDR grossistas foi de cerca de 2 630 milhões de euros, associado a 10,8 milhões de transacções. O valor médio das transacções foi de 244 euros (volume de vendas médio por transacção, sem IVA). Como foi já referido, em muitos dos estabelecimentos grossistas do universo analisado, o valor médio das transacções foi relativamente baixo, em resultado de muitas das empresas suas clientes serem de pequena dimensão, ou pertencerem a sectores com um perfil de compras específico, de que foram exemplo os casos provenientes do sector da restauração, cujo perfil de aquisições se traduz predominantemente por muitas transacções de pequeno volume.

Tal como se verificou nas unidades retalhistas, também para a actividade grossista Lisboa foi a região que concentrou a maior proporção das vendas realizadas, 48,6% do total, tendo-se seguido a região do Norte com 21,2% do total das vendas, a região Centro com 17,9% das vendas, o Algarve com 9,5% e o Alentejo com 2,8%.

Figura 36

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

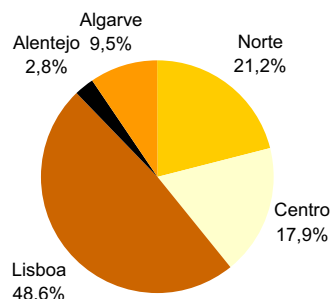
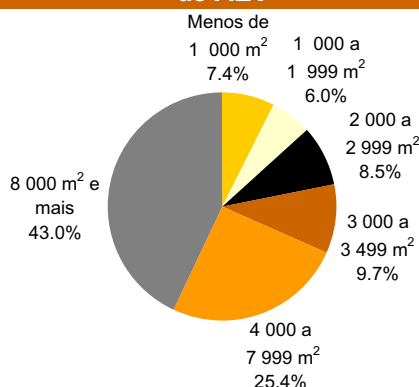


Figura 37

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



Da análise do volume de vendas das UCDR grossistas, segundo a dimensão das unidades, observou-se uma concentração da realização de volume de vendas nas unidades de maior dimensão, ainda mais acentuada do que o observado no retalho: os 8,9% dos estabelecimentos grossistas, com AEV superior a 7 999 m², foram responsáveis, em 2004, por 43,0% do total de volume de vendas das UCDR grossistas. Considerando também as unidades com AEV igual ou superior a 4 000 m², passa a estar coberto 68,4% do total de volume de vendas.

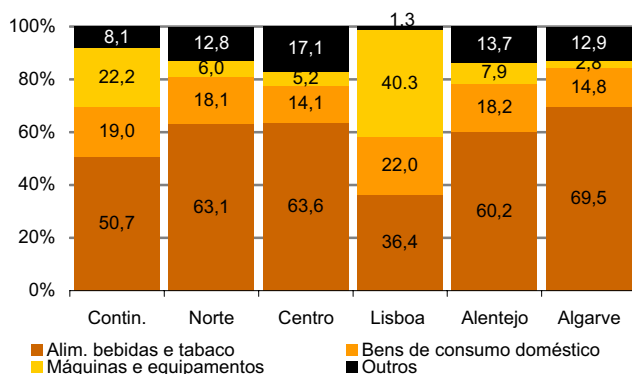
O valor médio das transacções nas UCDR grossistas, ao contrário do verificado nas unidades retalhistas, foi superior nas unidades de menor dimensão. Contudo, à semelhança do retalho não alimentar, a heterogeneidade das UCDR grossistas condiciona este tipo de análise, já que o valor médio das transacções será necessariamente determinado pela área de actividade em causa, pelo que a variabilidade do valor médio das transacções, por escalão de dimensão, dependerá essencialmente das áreas de actividade predominantes em cada um deles.

Volume de Vendas por Categoria de Produtos

Da análise das vendas das UCDR grossistas, por grupos de produtos, os produtos alimentares, bebidas e tabaco representaram 50,7% do total, seguido das máquinas e equipamento com 22,2% e dos bens de consumo doméstico (excepto bens alimentares) com 19,0% do total das vendas.

Figura 38

Comércio por grosso - Vendas por grandes grupos de produtos, por NUTS II



Por regiões, constatou-se que a repartição das vendas por categorias de produtos foi particularmente distinta da média do Continente, na região de Lisboa e na região do Algarve. Na de Lisboa destacou-se a menor relevância do grupo dos produtos alimentares (36,4%), a favor da maior proporção das vendas do grupo de máquinas e equipamentos (40,3%) e do grupo de bens de consumo doméstico (22,0%). Na região do Algarve destacou-se, pelo contrário, a maior relevância do grupo dos produtos alimentares (69,5%) e a menor importância relativa das vendas de máquinas e equipamentos (2,8%).

Por categoria de produtos (Quadro 46 – Capítulo 2) destacaram-se, dentro do grupo dos produtos alimentares, as vendas de bebidas (15,8% do total de vendas), a carne e os produtos à base de carne (4,3%), e o leite e derivados, azeite, óleos e gorduras alimentares (8,6%). No grupo dos produtos não alimentares, sobressaiu a categoria dos electrodomésticos, material eléctrico para instalação, aparelhos de iluminação, de rádio, de televisão, de vídeo, discos, cassetes, CD, e DVD, com 6,9% do total de vendas; os produtos cosméticos, de higiene pessoal, farmacêuticos e similares, com 6,4% das vendas e os produtos de cutelaria, louças em cerâmica e em vidro, papel de parede e produtos de limpeza, com 5,2% do total de vendas das UCDR grossistas.



Quadros de Resultados

2.1 - RESULTADOS GLOBAIS

Quadro 1

UCDR - Principais resultados e alguns indicadores					
2004					
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	1 684	1 032	529	123
Área de Exposição e Venda					
Total	m ²	2 094 215	1 193 981	480 981	419 253
Média	m ²	1 244	1 157	909	3 409
Nº de Pessoas ao Serviço					
Total	nº	67 350	46 132	13 301	7 917
Do qual:					
A tempo completo	nº	51 476	33 997	9 965	7 514
Do género feminino	nº	45 174	33 445	8 606	3 123
Média por estabelecimento	nº	40	45	25	64
Nº de horas abertos ao público					
Total	h	6 937 820	4 151 248	2 355 989	430 583
Média anual por estabelecimento (a)	h	4 120	4 023	4 454	3 501
Média diária por estabelecimento	h	11	11	12	10
Volume de Negócios	10 ³ €	12 238 247	7 631 741	1 881 510	2 724 996
Volume de Vendas					
Total	10 ³ €	12 115 333	7 618 464	1 866 585	2 630 284
Média por estabelecimento	10 ³ €	7 194	7 382	3 529	21 384
Média por m ² de AEV	€	5 785	6 381	3 881	6 274
Remunerações Ilíquidas					
Total	10 ³ €	749 056	463 918	145 991	139 147
Média anual por pessoa ao serviço (a)	€	10 616	10 883	9 829	11 755
Média mensal por pessoa ao serviço	€	758	777	702	840
Número de transacções					
Total	nº	521 763 787	449 232 538	61 738 804	10 792 445
Média por estabelecimento	nº	309 836	435 303	116 709	87 743
Média por m ² de AEV	nº	249	376	128	26
Volume de Vendas Médio por transacção	€	23	17	30	244

(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				
2004				
NUTS II	Total	Comércio a retalho		Comércio por Grosso
		Alimentar ou com predominância alimentar	Não alimentar ou sem predominância alimentar	
Continente	1 684	1 032	529	123
Norte	533	306	196	31
Centro	325	218	75	32
Lisboa	597	381	184	32
Alentejo	113	75	29	9
Algarve	116	52	45	19

Quadro 3

UCDR - Volume de Vendas, segundo a actividade, por NUTS II				
2004				
NUTS II	Total	Comércio a retalho		Comércio por Grosso
		Alimentar ou com predominância alimentar	Não alimentar ou sem predominância alimentar	
Continente	12 115 333	7 618 464	1 866 585	2 630 284
Norte	3 406 677	2 358 767	490 669	557 241
Centro	2 251 509	1 576 763	202 779	471 967
Lisboa	4 979 572	2 714 412	988 414	1 276 746
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

2004

Unidade: Número

NUTS II	Total	Comércio a retalho		Comércio por Grosso
		Alimentar ou com predominância alimentar	Não alimentar ou sem predominância alimentar	
Continente	67 350	46 132	13 301	7 917
Norte	19 316	13 980	3 467	1 869
Centro	11 896	9 203	1 171	1 522
Lisboa	27 864	16 966	7 440	3 458
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

2004

2004

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	%
Total (Continente)	1 684	100,0	1 032	100,0	529	100,0	123	100,0
Até 399 m²	559	33,2	343	33,2	203	38,4	13	10,6
De 400 a 999 m²	601	35,7	403	39,1	192	36,3	6	4,9
De 1 000 a 1 999 m²	313	18,6	202	19,6	89	16,8	22	17,9
De 2 000 a 2 499 m²	51	3,0	19	1,8	10	1,9	22	17,9
De 2 500 a 3 999 m²	67	4,0	16	1,6	26	4,9	25	20,3
De 4 000 a 7 999 m²	46	2,7	16	1,6	6	1,1	24	19,5
8 000 m² e mais	47	2,8	33	3,2	3	0,6	11	8,9

Quadro 6

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

2004

2004

	Total		Comércio a retalho				Comércio por Grosso	
			Alimentar ou com predominância alimentar		Não alimentar ou sem predominância alimentar			
Escalões de AEV	10 ³ €	%	10 ³ €	%	10 ³ €	%	10 ³ €	%
Total (Continente)	12 115 333	100,0	7 618 464	100,0	1 866 585	100,0	2 630 284	100,0
Até 399 m ²	799 512	6,6	531 215	7,0	249 130	13,3	19 167	0,7
De 400 a 999 m ²	2 382 750	19,7	1 834 574	24,1	371 536	19,9	176 640	6,7
De 1 000 a 1 999 m ²	2 502 721	20,7	1 779 949	23,4	566 230	30,3	156 542	6,0
De 2 000 a 2 499 m ²	473 666	3,9	294 678	3,9	42 328	2,3	136 660	5,2
De 2 500 a 3 999 m ²	1 010 271	8,3	346 046	4,5	323 315	17,3	340 910	13,0
De 4 000 a 7 999 m ²	1 267 908	10,5	551 608	7,2	47 616	2,6	668 684	25,4
8 000 m ² e mais	3 678 505	30,4	2 280 394	29,9	266 429	14,3	1 131 682	43,0

Quadro 7

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

2004

2004

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	%
Total (Continente)	67 350	100,0	46 132	100,0	13 301	100,0	7 917	100,0
Até 399 m²	4 929	7,3	2 546	5,5	2 163	16,3	220	2,8
De 400 a 999 m²	15 830	23,5	13 165	28,5	2 340	17,6	325	4,1
De 1 000 a 1 999 m²	15 129	22,5	10 902	23,6	3 661	27,5	566	7,1
De 2 000 a 2 499 m²	2 527	3,8	1 592	3,5	380	2,9	555	7,0
De 2 500 a 3 999 m²	4 897	7,3	2 089	4,5	1 728	13,0	1 080	13,6
De 4 000 a 7 999 m²	5 648	8,4	3 412	7,4	452	3,4	1 784	22,5
8 000 m² e mais	18 390	27,3	12 426	26,9	2 577	19,4	3 387	42,8

Quadro 8

UCDR - Número de estabelecimentos, segundo a actividade, por ano de abertura

2004

Unidade: Número

Ano de abertura do estabelecimento	Total	Comércio a retalho		Comércio por Grosso
		Alimentar ou com predominância alimentar	Não alimentar ou sem predominância alimentar	
Total (Continente)	1 684	1 032	529	123
Até 1980	37	14	8	15
De 1981 a 1990	88	61	13	14
De 1991 a 2000	1 172	811	288	73
Após 2000	387	146	220	21

2.2 - COMÉRCIO A RETALHO ALIMENTAR OU COM PREDOMINÂNCIA ALIMENTAR

Quadro 9

UCDR - Síntese dos principais resultados
- Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar,
por NUTS II -

2004

Variáveis/Indicadores	Unidade	Continente	NUTS II				
			Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
Nº estabelecimentos	nº	1 032	306	218	381	75	52
Área de Exposição e Venda							
Total	m ²	1 193 981	391 519	252 732	401 463	71 216	77 051
Média	m ²	1 157	1 279	1 159	1 054	950	1 482
Nº de Pessoas ao Serviço							
Total	nº	46 132	13 980	9 203	16 966	2 793	3 190
Do qual:							
A tempo completo	nº	33 997	10 043	6 958	12 498	2 188	2 310
Do género feminino	nº	33 445	9 964	7 052	12 064	2 087	2 278
Nº de horas abertos ao público							
Total	h	4 151 248	1 269 018	873 143	1 497 988	292 023	219 075
Média anual por estabelecimento (a)	h	4 023	4 147	4 005	3 932	3 894	4 213
Média diária por estabelecimento	h	11	11	11	11	11	12
Volume de Negócios	10 ³ €	7 631 741	2 362 368	1 578 219	2 717 888	460 756	512 511
Volume de Vendas							
Total	10 ³ €	7 618 464	2 358 767	1 576 763	2 714 412	460 341	508 182
Média por estabelecimento	10 ³ €	7 382	7 708	7 233	7 124	6 138	9 773
Média por m ² de AEV	€	6 381	6 025	6 239	6 761	6 464	6 595
Remunerações ilíquidas							
Total	10 ³ €	463 918	137 559	93 011	174 683	26 754	31 911
Média anual por pessoa ao serviço (a)	€	10 883	10 700	10 587	11 232	10 400	11 345
Média mensal por pessoa ao serviço	€	777	764	756	802	743	810
Número de transacções							
Total	nº	449 232 538	134 043 836	85 854 552	172 946 090	26 240 065	30 147 995
Média por estabelecimento	nº	435 303	438 052	393 828	453 927	349 868	579 769
Média por m ² de AEV	nº	376	342	340	431	368	391
Volume de Vendas Médio por transacção	€	17	18	18	16	18	17

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

Quadro 10

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

2004

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	1 032	343	403	202	19	16	16	33
Área de Exposição e Venda									
Total	m ²	1 193 981	84 757	305 463	298 663	40 324	52 488	90 125	322 161
Média	m ²	1 157	247	758	1 479	2 122	3 281	5 633	9 762
Nº de Pessoas ao Serviço									
Total	nº	46 132	2 546	13 165	10 902	1 592	2 089	3 412	12 426
Do qual:									
A tempo completo	nº	33 997	2 420	9 137	8 467	1 102	1 497	2 492	8 882
Do género feminino	nº	33 445	2 128	9 287	8 315	1 196	1 566	2 343	8 610
Média por estabelecimento	nº	45	7	33	54	84	131	213	377
Nº de horas abertos ao público									
Total	h	4 151 248	1 188 586	1 678 508	895 822	87 929	73 077	73 154	154 173
Média anual por estabelecimento (a)	h	4 023	3 465	4 165	4 435	4 628	4 567	4 572	4 672
Média diária por estabelecimento	h	11	10	12	12	13	13	13	13
Volume de Negócios	10 ³	7 631 741	531 301	1 835 804	1 782 156	295 047	346 719	556 029	2 284 685
Volume de Vendas									
Total	10 ³	7 618 464	531 215	1 834 574	1 779 949	294 678	346 046	551 608	2 280 394
Média por estabelecimento	10 ³	7 382	1 549	4 552	8 812	15 509	21 628	34 476	69 103
Média por m ² de AEV	€	6 381	6 268	6 006	5 960	7 308	6 593	6 120	7 078
Remunerações ilíquidas									
Total	10 ³	463 918	25 742	113 636	110 672	15 837	21 434	38 833	137 764
Média anual por pessoa ao serviço (a)	€	10 883	10 851	10 705	11 357	9 776	10 155	12 040	10 919
Média mensal por pessoa ao serviço	€	777	775	765	811	698	725	860	780
Número de transacções									
Total	nº	449 232 538	75 077 264	144 729 166	105 843 711	13 276 457	14 298 736	20 627 250	75 379 954
Média por estabelecimento	nº	435 303	218 884	359 129	523 979	698 761	893 671	1 289 203	2 284 241
Média por m ² de AEV	nº	376	886	474	354	329	272	229	234
Volume de Vendas Médio por transacção	€	17	7	13	17	22	24	27	30

(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 -**

2004

NUTS II	População residente em 2004	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	10 043 763	1 032	1 193 981	7 618 464	9 732	8	759
Norte	3 727 310	306	391 519	2 358 767	12 181	10	633
Centro	1 791 400	218	252 732	1 576 763	8 217	7	880
Lisboa	3 592 755	381	401 463	2 714 412	9 430	9	756
Alentejo	520 830	75	71 216	460 341	6 944	7	884
Algarve	411 468	52	77 051	508 182	7 913	5	1 235

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

2004

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)	933	99	843	189	11
Até 399 m ²	298	45	326	17	10
De 400 a 999 m ²	367	36	379	24	12
De 1 000 a 1 999 m ²	186	16	132	70	12
De 2 000 a 2 499 m ²	17	2	5	14	13
De 2 500 a 3 999 m ²	16	-	-	16	14
De 4 000 a 7 999 m ²	16	-	1	15	13
8 000 m ² e mais	33	-	-	33	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)

2004

NUTS II	Total	De Segunda a Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado	Domingo
Continente	4 023	2 370	594	592	466
Norte	4 147	2 434	612	611	490
Centro	4 005	2 352	590	583	481
Lisboa	3 932	2 330	583	580	439
Alentejo	3 894	2 299	576	584	434
Algarve	4 213	2 464	619	619	512

(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)

2004

Escalões de AEV	Total	De Segunda a Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado	Domingo
Total (Continente)	4 023	2 370	594	592	466
Até 399 m ²	3 465	2 124	531	522	288
De 400 a 999 m ²	4 165	2 400	600	602	563
De 1 000 a 1 999 m ²	4 435	2 544	639	641	611
De 2 000 a 2 499 m ²	4 628	2 676	677	680	594
De 2 500 a 3 999 m ²	4 567	2 785	709	711	363
De 4 000 a 7 999 m ²	4 572	2 778	707	709	377
8 000 m ² ou mais	4 672	2 913	744	747	268

(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

2004

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)	7 382 233	6 381	435 303	17
Até 399 m ²	1 548 731	6 268	218 884	7
De 400 a 999 m ²	4 552 294	6 006	359 129	13
De 1 000 a 1 999 m ²	8 811 629	5 960	523 979	17
De 2 000 a 2 499 m ²	15 509 381	7 308	698 761	22
De 2 500 a 3 999 m ²	21 627 857	6 593	893 671	24
De 4 000 a 7 999 m ²	34 475 526	6 120	1 289 203	27
8 000 m ² e mais	69 102 836	7 078	2 284 241	30

(a) - Não inclui IVA

Quadro 16

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

2004

Unidade: 10³ €

Categoria de produtos	Continente	NUTS II				
		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
Total de Vendas a Retalho	7 618 464	2 358 767	1 576 763	2 714 412	460 341	508 182
Produtos Alimentares, Bebidas e Tabaco	5 150 294	1 570 024	1 043 626	1 860 720	321 753	354 171
Frutos e produtos hortícolas	521 516	144 886	98 070	207 258	32 027	39 275
Carne e produtos à base carne	712 381	216 725	151 810	246 572	51 250	46 024
Peixe, crustáceos e moluscos	447 956	144 388	87 174	169 995	24 907	21 491
Pão, produtos de pastelaria e de confeitaria	389 666	102 842	69 785	158 185	22 431	36 423
Leite, seus derivados e ovos	979 868	300 865	199 457	363 973	56 449	59 123
Outros produtos alimentares n.e.	1 396 586	438 888	302 771	467 115	92 692	95 120
Bebidas	692 108	219 101	132 397	243 957	41 320	55 334
Tabaco	10 212	2 327	2 162	3 665	677	1 381
Produtos não Alimentares	2 468 171	788 743	533 137	853 692	138 588	154 011
Produtos de cosmética e de higiene pessoal	650 617	207 637	136 142	230 562	37 503	38 773
Produtos de limpeza e similares para uso doméstico	343 913	112 642	68 891	119 354	20 812	22 215
Vestuário	171 337	46 711	33 366	75 400	3 812	12 047
Calçado e artigos de couro	42 376	11 635	8 549	17 192	1 396	3 604
Mobiliário e outros artigos para uso doméstico (a)	258 242	77 550	52 580	95 465	12 777	19 870
Electrodomésticos, aparelhos de TV, áudio e vídeo, instrumentos musicais, cassetes, discos, CD e DVD	205 604	62 306	44 405	76 696	12 597	9 601
Materiais de bricolage	85 595	25 508	18 189	31 292	5 027	5 579
Livros, jornais e artigos papelaria	96 898	26 034	20 933	39 314	4 296	6 322
Artigos de desporto campismo, caça e lazer	67 083	20 602	14 297	22 238	3 449	6 496
Brinquedos e jogos	84 391	24 747	15 892	34 031	3 451	6 270
Outras vendas de produtos	462 114	173 372	119 893	112 148	33 468	23 234

(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

2004

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	67,6%	66,6%	66,2%	68,5%	69,9%	69,7%
Frutos e produtos hortícolas	6,8%	6,1%	6,2%	7,6%	7,0%	7,7%
Carne e produtos à base carne	9,4%	9,2%	9,6%	9,1%	11,1%	9,1%
Peixe, crustáceos e moluscos	5,9%	6,1%	5,5%	6,3%	5,4%	4,2%
Pão, produtos de pastelaria e de confeitaria	5,1%	4,4%	4,4%	5,8%	4,9%	7,2%
Leite, seus derivados e ovos	12,9%	12,8%	12,6%	13,4%	12,3%	11,6%
Outros produtos alimentares n.e.	18,3%	18,6%	19,2%	17,2%	20,1%	18,7%
Bebidas	9,1%	9,3%	8,4%	9,0%	9,0%	10,9%
Tabaco	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,3%
Produtos não Alimentares	32,4%	33,4%	33,8%	31,5%	30,1%	30,3%
Produtos de cosmética e de higiene pessoal	8,5%	8,8%	8,6%	8,5%	8,1%	7,6%
Produtos de limpeza e similares para uso doméstico	4,5%	4,8%	4,4%	4,4%	4,5%	4,4%
Vestuário	2,2%	2,0%	2,1%	2,8%	0,8%	2,4%
Calçado e artigos de couro	0,6%	0,5%	0,5%	0,6%	0,3%	0,7%
Mobiliário e outros artigos para uso doméstico (a)	3,4%	3,3%	3,3%	3,5%	2,8%	3,9%
Electrodomésticos, aparelhos de TV, áudio e vídeo, instrumentos musicais, cassetes, discos, CD e DVD	2,7%	2,6%	2,8%	2,8%	2,7%	1,9%
Materiais de bricolage	1,1%	1,1%	1,2%	1,2%	1,1%	1,1%
Livros, jornais e artigos papelaria	1,3%	1,1%	1,3%	1,4%	0,9%	1,2%
Artigos de desporto campismo, caça e lazer	0,9%	0,9%	0,9%	0,8%	0,7%	1,3%
Brinquedos e jogos	1,1%	1,0%	1,0%	1,3%	0,7%	1,2%
Outras vendas de produtos	6,1%	7,4%	7,6%	4,1%	7,3%	4,6%

(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

2004

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	7 618 464	531 215	1 834 574	1 779 949	294 678	346 046	551 608	2 280 394
Produtos Alimentares, Bebidas e Tabaco	5 150 294	466 511	1 399 146	1 294 605	185 116	200 388	309 272	1 295 256
Frutos e produtos hortícolas	521 516	61 342	156 617	130 310	17 437	17 180	26 951	111 680
Carne e produtos à base carne	712 381	69 963	180 654	189 432	25 678	27 279	47 737	171 638
Peixe, crustáceos e moluscos	447 956	37 741	97 096	120 071	16 790	18 727	33 899	123 632
Pão, produtos de pastelaria e de confeitaria	389 666	81 616	118 620	91 931	8 105	10 676	15 222	63 495
Leite, seus derivados e ovos	979 868	80 176	272 488	243 560	34 159	35 961	58 484	255 041
Outros produtos alimentares n.e.	1 396 586	80 154	385 976	342 494	60 111	61 939	84 126	381 786
Bebidas	692 108	55 489	185 433	174 396	22 548	28 366	42 672	183 206
Tabaco	10 212	31	2 262	2 410	289	261	181	4 778
Produtos não Alimentares	2 468 171	64 703	435 429	485 344	109 562	145 658	242 336	985 138
Produtos de cosmética e de higiene pessoal	650 617	31 313	135 570	163 674	27 595	31 384	49 424	211 657
Produtos de limpeza e similares para uso doméstico	343 913	21 697	86 889	68 221	13 049	16 010	25 428	112 620
Vestuário	171 337	1 082	9 600	8 949	1 503	10 350	24 756	115 097
Calçado e artigos de couro	42 376	394	8 469	4 221	386	1 995	5 813	21 099
Mobiliário e outros artigos para uso doméstico (a)	258 242	3 707	35 367	48 634	11 254	13 205	27 640	118 435
Electrodomésticos, aparelhos de TV, áudio e vídeo, instrumentos musicais, CD, DVD	205 604	1 644	29 350	37 209	8 317	13 858	19 943	95 283
Materiais de bricolage	85 595	224	4 385	17 008	5 269	7 638	10 446	40 625
Livros, jornais e artigos papelaria	96 898	719	3 278	14 199	5 448	7 317	9 596	56 341
Artigos de desporto campismo, caça e lazer	67 083	124	11 329	10 993	2 502	4 420	7 581	30 134
Brinquedos e jogos	84 391	434	5 372	10 924	3 261	5 885	11 461	47 055
Outras vendas de produtos	462 114	3 364	105 820	101 313	30 978	33 598	50 249	136 793

(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

2004

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	67,6%	87,8%	76,3%	72,7%	62,8%	57,9%	56,1%	56,8%
Frutos e produtos hortícolas	6,8%	11,5%	8,5%	7,3%	5,9%	5,0%	4,9%	4,9%
Carne e produtos à base carne	9,4%	13,2%	9,8%	10,6%	8,7%	7,9%	8,7%	7,5%
Peixe, crustáceos e moluscos	5,9%	7,1%	5,3%	6,7%	5,7%	5,4%	6,1%	5,4%
Pão, produtos de pastelaria e de confeitaria	5,1%	15,4%	6,5%	5,2%	2,8%	3,1%	2,8%	2,8%
Leite, seus derivados e ovos	12,9%	15,1%	14,9%	13,7%	11,6%	10,4%	10,6%	11,2%
Outros produtos alimentares n.e.	18,3%	15,1%	21,0%	19,2%	20,4%	17,9%	15,3%	16,7%
Bebidas	9,1%	10,4%	10,1%	9,8%	7,7%	8,2%	7,7%	8,0%
Tabaco	0,1%	0,0%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,0%	0,2%
Produtos não Alimentares	32,4%	12,2%	23,7%	27,3%	37,2%	42,1%	43,9%	43,2%
Produtos de cosmética e de higiene pessoal	8,5%	5,9%	7,4%	9,2%	9,4%	9,1%	9,0%	9,3%
Produtos de limpeza e similares para uso doméstico	4,5%	4,1%	4,7%	3,8%	4,4%	4,6%	4,6%	4,9%
Vestuário	2,2%	0,2%	0,5%	0,5%	0,5%	3,0%	4,5%	5,0%
Calçado e artigos de couro	0,6%	0,1%	0,5%	0,2%	0,1%	0,6%	1,1%	0,9%
Mobiliário e outros artigos para uso doméstico (a)	3,4%	0,7%	1,9%	2,7%	3,8%	3,8%	5,0%	5,2%
Electrodomésticos, aparelhos de TV, áudio e vídeo, instrumentos musicais, CD, DVD	2,7%	0,3%	1,6%	2,1%	2,8%	4,0%	3,6%	4,2%
Materiais de bricolage	1,1%	0,0%	0,2%	1,0%	1,8%	2,2%	1,9%	1,8%
Livros, jornais e artigos papelaria	1,3%	0,1%	0,2%	0,8%	1,8%	2,1%	1,7%	2,5%
Artigos de desporto campismo, caça e lazer	0,9%	0,0%	0,6%	0,6%	0,8%	1,3%	1,4%	1,3%
Brinquedos e jogos	1,1%	0,1%	0,3%	0,6%	1,1%	1,7%	2,1%	2,1%
Outras vendas de produtos	6,1%	0,6%	5,8%	5,7%	10,5%	9,7%	9,1%	6,0%

(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 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

2004

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
Continente	745	72,2	1 133 726	14,9
Norte	230	75,2	344 920	14,6
Centro	137	62,8	213 867	13,6
Lisboa	310	81,4	485 837	17,9
Alentejo	38	50,7	31 851	6,9
Algarve	30	57,7	57 250	11,3

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

2004

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
Total (Continente)	745	72,2	1 133 726	14,9
Até 399 m ²	327	95,3	132 910	25,0
De 400 a 999 m ²	217	53,8	167 778	9,1
De 1 000 a 1 999 m ²	123	60,9	191 972	10,8
De 2 000 a 2 499 m ²	15	78,9	29 029	9,9
De 2 500 a 3 999 m ²	15	93,8	45 070	13,0
De 4 000 a 7 999 m ²	15	93,8	144 589	26,2
8 000 m ² e mais	33	100,0	422 378	18,5

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

2004

Unidade: %

Escalões de AEV	Total	Numerário	Cartão de Débito	Cartão de Crédito	Cheque	Outros
Total (Continente)	100,0	45,3	28,9	19,6	1,9	4,3
Até 399 m ²	100,0	77,2	17,2	4,3	1,2	0,1
De 400 a 999 m ²	100,0	55,8	28,1	13,8	1,6	0,7
De 1 000 a 1 999 m ²	100,0	51,1	26,1	19,4	1,9	1,5
De 2 000 a 2 499 m ²	100,0	43,9	37,3	14,4	3,0	1,4
De 2 500 a 3 999 m ²	100,0	41,0	23,3	29,1	2,9	3,7
De 4 000 a 7 999 m ²	100,0	33,5	37,4	15,2	2,3	11,6
8 000 m ² e mais	100,0	28,7	32,1	28,1	2,0	9,1

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

2004

Unidade: %

NUTS II	Total	Numerário	Cartão de Débito	Cartão de Crédito	Cheque	Outros
Continente	100,0	45,3	28,9	19,6	1,9	4,3
Norte	100,0	47,1	27,0	20,4	1,8	3,7
Centro	100,0	47,9	31,1	15,6	3,0	2,4
Lisboa	100,0	40,8	28,6	22,6	1,2	6,8
Alentejo	100,0	48,7	31,2	16,1	3,1	0,9
Algarve	100,0	50,2	30,4	14,6	1,8	3,0

Quadro 24

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

2004

Unidade: Número

NUTS II	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)	1 032	166	562	1 013	8
Até 399 m ²	343	29	20	325	3
De 400 a 999 m ²	403	33	282	402	5
De 1 000 a 1 999 m ²	202	45	176	202	9
De 2 000 a 2 499 m ²	19	4	19	19	13
De 2 500 a 3 999 m ²	16	11	16	16	22
De 4 000 a 7 999 m ²	16	11	16	16	31
8 000 m ² e mais	33	33	33	33	57

2.3 - COMÉRCIO A RETALHO NÃO ALIMENTAR OU SEM PREDOMINÂNCIA ALIMENTAR

Quadro 25

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

2004

Variáveis/Indicadores	Unidade	Continente	NUTS II				
			Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
Nº estabelecimentos	nº	529	196	75	184	29	45
Área de Exposição e Venda							
Total	m ²	480 981	142 133	59 655	228 016	15 298	35 879
Média	m ²	909	725	795	1 239	528	797
Nº de Pessoas ao Serviço							
Total	nº	13 301	3 467	1 171	7 440	274	949
Do qual:							
A tempo completo	nº	9 965	2 359	867	5 805	200	734
Do género feminino	nº	8 606	2 300	785	4 706	189	626
Média por estabelecimento	nº	25	18	16	40	9	21
Nº de horas abertos ao público							
Total	h	2 355 989	884 141	316 236	823 699	124 571	207 343
Média anual por estabelecimento (a)	h	4 454	4 511	4 216	4 477	4 296	4 608
Média diária por estabelecimento	h	12	12	12	12	12	13
Volume de Negócios	10 ³ €	1 881 510	492 712	203 545	1 000 019	49 763	135 471
Volume de Vendas							
Total	10 ³ €	1 866 585	490 669	202 779	988 414	49 740	134 983
Média por estabelecimento	10 ³ €	3 529	2 503	2 704	5 372	1 715	3 000
Média por m ² de AEV	€	3 881	3 452	3 399	4 335	3 251	3 762
Remunerações Ilíquidas							
Total	10 ³ €	145 991	35 010	11 528	88 541	2 243	8 668
Média anual por pessoa ao serviço (a)	€	9 829	10 043	9 927	9 802	8 883	9 452
Média mensal por pessoa ao serviço	€	702	717	709	700	635	675
Número de transacções							
Total	nº	61 738 804	19 049 901	7 797 197	28 176 029	2 033 364	4 682 313
Média por estabelecimento	nº	116 709	97 193	103 963	153 131	70 116	104 051
Média por m ² de AEV	nº	128	134	131	124	133	131
Volume de Vendas Médio por transacção	€	30	26	26	35	24	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 -

2004

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	529	203	192	89	10	26	6	3
Área de Exposição e Venda									
Total	m ²	480 981	44 740	110 171	126 539	22 009	86 179	29 011	62 332
Média	m ²	909	220	574	1 422	2 201	3 315	4 835	20 777
Nº de Pessoas ao Serviço									
Total	nº	13 301	2 163	2 340	3 661	380	1 728	452	2 577
Do qual:									
A tempo completo	nº	9 965	1 249	1 705	2 554	333	1 525	422	2 177
Do género feminino	nº	8 606	1 735	1 672	2 385	210	803	217	1 584
Média por estabelecimento	nº	25	11	12	41	38	66	75	859
Nº de horas abertos ao público									
Total	h	2 355 989	884 966	871 944	399 807	45 434	115 778	25 425	12 635
Média anual por estabelecimento (a)	h	4 454	4 359	4 541	4 492	4 543	4 453	4 237	4 212
Média diária por estabelecimento	h	12	12	13	12	13	12	12	12
Volume de Negócios	10 ³	1 881 510	249 418	371 735	570 381	42 394	325 232	49 856	272 493
Volume de Vendas									
Total	10 ³	1 866 585	249 130	371 536	566 230	42 328	323 315	47 616	266 429
Média por estabelecimento	10 ³	3 529	1 227	1 935	6 362	4 233	12 435	7 936	88 810
Média por m ² de AEV	€	3 881	5 568	3 372	4 475	1 923	3 752	1 641	4 274
Remunerações Ilíquidas									
Total	10 ³	145 991	17 925	22 818	36 107	3 306	22 113	7 104	36 618
Média anual por pessoa ao serviço (a)	€	9 829	8 865	9 960	10 525	10 853	11 615	16 162	14 437
Média mensal por pessoa ao serviço	€	702	633	711	752	775	830	1 154	1 031
Número de transacções									
Total	nº	61 738 804	12 311 827	14 614 236	20 651 542	1 493 265	8 932 351	1 755 081	1 980 502
Média por estabelecimento	nº	116 709	60 649	76 116	232 040	149 327	343 552	292 514	660 167
Média por m ² de AEV	nº	128	275	133	163	68	104	60	32
Volume de Vendas Médio por transacção	€	30	20	25	27	28	36	27	135

(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 -

2004

NUTS II	População residente em 2004	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) (a)
Continente	10 043 763	529	480 981	1 866 585	18 986	21	186
Norte	3 727 310	196	142 133	490 669	19 017	26	132
Centro	1 791 400	75	59 655	202 779	23 885	30	113
Lisboa	3 592 755	184	228 016	988 414	19 526	16	275
Alentejo	520 830	29	15 298	49 740	17 960	34	96
Algarve	411 468	45	35 879	134 983	9 144	11	328

(a) - Não inclui IVA

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

2004

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)	223	306	108	421	13
Até 399 m ²	43	160	48	155	12
De 400 a 999 m ²	104	88	30	162	13
De 1 000 a 1 999 m ²	50	39	22	67	13
De 2 000 a 2 499 m ²	5	5	2	8	13
De 2 500 a 3 999 m ²	15	11	5	21	13
De 4 000 a 7 999 m ²	6	-	1	5	13
8 000 m ² e mais	-	3	-	3	12

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)

2004

NUTS II	Total	De Segunda a Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado	Domingo
Continente	4 454	2 614	659	655	526
Norte	4 511	2 629	665	661	556
Centro	4 216	2 493	628	620	475
Lisboa	4 477	2 645	663	663	506
Alentejo	4 296	2 554	646	638	458
Algarve	4 608	2 661	672	672	602

(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)

2004

Escalões de AEV	Total	De Segunda a Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado	Domingo
Total (Continente)	4 454	2 614	659	655	526
Menos de 400 m ²	4 359	2 566	644	637	513
De 400 a 999 m ²	4 541	2 645	670	668	559
De 1 000 a 1 999 m ²	4 492	2 635	665	666	526
De 2 000 a 2 499 m ²	4 543	2 682	670	670	521
De 2 500 a 3 999 m ²	4 453	2 666	670	670	446
De 4 000 a 7 999 m ²	4 237	2 613	653	645	327
8 000 m ² ou mais	4 212	2 544	662	662	344

(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				
2004				
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)	3 528 516	3 881	116 709	30
Até 399 m ²	1 227 241	5 568	60 649	20
De 400 a 999 m ²	1 935 084	3 372	76 116	25
De 1 000 a 1 999 m ²	6 362 132	4 475	232 040	27
De 2 000 a 2 499 m ²	4 232 797	1 923	149 327	28
De 2 500 a 3 999 m ²	12 435 211	3 752	343 552	36
De 4 000 a 7 999 m ²	7 936 017	1 641	292 514	27
8 000 m ² e mais	88 809 817	4 274	660 167	135

(a) - Não inclui IVA

Quadro 32

UCDR - Volume de Vendas no Comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar, segundo a Categoria de produtos, por NUTS II						
2004						
Unidade: 10 ³ €						
Categoria de produtos	Continente	NUTS II				
		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
Total de Vendas a Retalho	1 866 585	490 669	202 779	988 414	49 740	134 983
Produtos de cosmética e higiene pessoal, farmacêuticos e médicos e de limpeza para o lar	17 337	1 382	501	15 044	170	240
Vestuário	603 039	169 253	63 941	304 221	15 566	50 059
Calçado e artigos de couro	66 645	18 211	6 155	33 922	1 985	6 372
Mobiliário e outros artigos para uso doméstico (a)	106 011	18 670	8 437	67 570	1 116	10 219
Electrodomésticos	123 233	32 301	17 332	54 511	7 059	12 030
Aparelhos de TV, áudio e vídeo	148 807	41 277	18 588	71 147	6 539	11 256
Cassetes, discos, CD e DVD	110 729	28 314	9 655	61 747	5 748	5 265
Materiais de bricolage	149 667	33 241	25 300	79 231	4 571	7 325
Livros, jornais e artigos papelaria	73 652	24 656	3 964	43 269	323	1 441
Mobiliário, maquinaria e outros equipamentos para escritório, computadores e material óptico, fotográfico e de telecomunicações.	316 385	96 597	36 891	158 821	4 076	20 000
Brinquedos e jogos	29 318	7 384	4 010	14 539	1 045	2 339
Outras vendas de produtos	121 760	19 385	8 007	84 391	1 542	8 436

(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						
2004						
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	0,9%	0,3%	0,2%	1,5%	0,3%	0,2%
Vestuário	32,3%	34,5%	31,5%	30,8%	31,3%	37,1%
Calçado e artigos de couro	3,6%	3,7%	3,0%	3,4%	4,0%	4,7%
Mobiliário e outros artigos para uso doméstico (a)	5,7%	3,8%	4,2%	6,8%	2,2%	7,6%
Electrodomésticos	6,6%	6,6%	8,5%	5,5%	14,2%	8,9%
Aparelhos de TV, áudio e vídeo	8,0%	8,4%	9,2%	7,2%	13,1%	8,3%
Cassetes, discos, CD e DVD	5,9%	5,8%	4,8%	6,2%	11,6%	3,9%
Materiais de bricolage	8,0%	6,8%	12,5%	8,0%	9,2%	5,4%
Livros, jornais e artigos papelaria	3,9%	5,0%	2,0%	4,4%	0,6%	1,1%
Mobiliário, maquinaria e outros equipamentos para escritório, computadores e material óptico, fotográfico e de telecomunicações.	16,9%	19,7%	18,2%	16,1%	8,2%	14,8%
Brinquedos e jogos	1,6%	1,5%	2,0%	1,5%	2,1%	1,7%
Outras vendas de produtos	6,5%	4,0%	3,9%	8,5%	3,1%	6,2%

(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

2004

Unidade: 10³ €

Categoria de produtos	Total (Continente)	Escalões de Área de Exposição e Venda			
		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	1 866 585	249 130	371 536	566 230	679 689
Produtos de cosmética e higiene pessoal, farmacêuticos e médicos e de limpeza para o lar	17 337	...	689	2 610	...
Vestuário	603 039	189 096	153 462	175 702	84 780
Calçado e artigos de couro	66 645	12 810	15 715	20 775	17 346
Mobiliário e outros artigos para uso doméstico (b)	106 011	1 994	13 370	7 928	82 719
Electrodomésticos	123 233	9 677	35 480	52 909	25 167
Aparelhos de TV, áudio e vídeo	148 807	10 344	39 568	52 795	46 101
Cassetes, discos, CD e DVD	110 729	7 914	20 631	22 676	59 508
Produtos de bricolage	149 667	388	955	39 329	108 996
Livros, jornais e artigos papelaria	73 652	519	686	26 576	45 872
Mobiliário, maquinaria, e outros equipamentos para escritório, computadores e material óptico, fotográfico e de telecomunicações	316 385	10 933	69 150	133 922	102 380
Brinquedos e jogos	29 318	...	10 218	10 124	...
Outras vendas de produtos	121 760	3 370	11 613	20 884	85 894

(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

2004

Categoria de produtos	Total (Continente)	Escalões de Área de Exposição e Venda			
		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%	99,2%	100,0%	100,0%	96,9%
Produtos de cosmética e higiene pessoal, farmacêuticos e médicos e de limpeza para o lar	0,9%	...	0,2%	0,5%	...
Vestuário	32,3%	75,9%	41,3%	31,0%	12,5%
Calçado e artigos de couro	3,6%	5,1%	4,2%	3,7%	2,6%
Mobiliário e outros artigos para uso doméstico (b)	5,7%	0,8%	3,6%	1,4%	12,2%
Electrodomésticos	6,6%	3,9%	9,5%	9,3%	3,7%
Aparelhos de TV, áudio e vídeo	8,0%	4,2%	10,6%	9,3%	6,8%
Cassetes, discos, CD e DVD	5,9%	3,2%	5,6%	4,0%	8,8%
Produtos de bricolage	8,0%	0,2%	0,3%	6,9%	16,0%
Livros, jornais e artigos papelaria	3,9%	0,2%	0,2%	4,7%	6,7%
Mobiliário, maquinaria, e outros equipamentos para escritório, computadores e material óptico, fotográfico e de telecomunicações	16,9%	4,4%	18,6%	23,7%	15,1%
Brinquedos e jogos	1,6%	...	2,8%	1,8%	...
Outras vendas de produtos	6,5%	1,4%	3,1%	3,7%	12,6%

(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

2004

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
Continente	198	37,4	100 043	5,4
Norte	81	41,3	25 993	5,3
Centro	32	42,7	10 710	5,3
Lisboa	48	26,1	52 014	5,3
Alentejo	17	58,6	4 701	9,5
Algarve	20	44,4	6 625	4,9

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

2004

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
Total (Continente)	198	37,4	100 043	5,4
Até 399 m ²	42	20,7	9 871	4,0
De 400 a 999 m ²	115	59,9	30 222	8,1
De 1 000 a 1 999 m ²	35	39,3	26 554	4,7
De 2 000 a 2 499 m ²	3	30,0	2 570	6,1
De 2 500 a 3 999 m ²	1	3,8	2 755	0,9
De 4 000 a 7 999 m ²	-	-	-	-
8 000 m ² e mais	2	66,7	28 072	10,5

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

2004

Unidade: %

Escalões de AEV	Total	Numerário	Cartão de Débito	Cartão de Crédito	Cheque	Outros
Total (Continente)	100,0	29,6	38,9	19,0	4,5	8,0
Até 399 m ²	100,0	45,4	40,5	8,4	4,7	1,0
De 400 a 999 m ²	100,0	34,7	35,7	21,3	4,4	3,9
De 1 000 a 1 999 m ²	100,0	32,7	42,6	12,2	6,2	6,3
De 2 000 a 2 499 m ²	100,0	24,8	25,6	44,1	3,9	1,6
De 2 500 a 3 999 m ²	100,0	19,7	39,6	31,8	3,6	5,3
De 4 000 a 7 999 m ²	100,0	27,0	45,0	23,9	4,1	-
8 000 m ² e mais	100,0	14,6	33,9	19,9	2,0	29,6

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

2004

Unidade: %

NUTS II	Total	Numerário	Cartão de Débito	Cartão de Crédito	Cheque	Outros
Continente	100,0	29,6	38,9	19,0	4,5	8,0
Norte	100,0	35,1	39,5	16,4	4,7	4,3
Centro	100,0	33,5	40,2	16,0	6,4	3,9
Lisboa	100,0	24,8	39,0	20,9	3,9	11,4
Alentejo	100,0	34,2	33,6	24,4	4,3	3,5
Algarve	100,0	36,4	35,6	18,0	5,5	4,5

Quadro 40

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

2004

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)	529	339	327	524	4
Até 399 m ²	203	136	62	203	1
De 400 a 999 m ²	192	133	165	192	2
De 1 000 a 1 999 m ²	89	45	62	89	4
De 2 000 a 2 499 m ²	10	6	10	9	4
De 2 500 a 3 999 m ²	26	15	19	22	8
De 4 000 a 7 999 m ²	6	2	6	6	6
8 000 m ² e mais	3	2	3	3	167

2.4 - COMÉRCIO POR GROSSO

Quadro 41

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

2004

Variáveis/Indicadores	Unidade	Continente	NUTS II				
			Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
Nº estabelecimentos	nº	123	31	32	32	9	19
Área de Exposição e Venda							
Total	m²	419 253	115 756	111 999	121 297	17 068	53 133
Média	m²	3 409	3 734	3 500	3 791	1 896	2 796
Nº de Pessoas ao Serviço							
Total	nº	7 917	1 869	1 522	3 458	242	826
Do qual:							
A tempo completo	nº	7 514	3 246 (b)		3 246	242	780
Do género feminino	nº	3 123	801	594	1 298	79	351
Média por estabelecimento	nº	64	60	48	108	27	43
Nº de horas abertos ao público							
Total	h	430 583	117 041	104 793	112 580	26 534	69 634
Média anual por estabelecimento (a)	h	3 501	3 776	3 275	3 518	2 948	3 665
Média diária por estabelecimento	h	10	10	9	10	8	10
Volume de Negócios	10 ³ €	2 724 996	573 255	478 434	1 344 961	77 965	250 381
Volume de Vendas							
Total	10 ³ €	2 630 284	557 241	471 967	1 276 746	74 231	250 098
Média por estabelecimento	10 ³ €	21 384	17 976	14 749	39 898	8 248	13 163
Média por m² de AEV	€	6 274	4 814	4 214	10 526	4 349	4 707
Remunerações Ilíquidas							
Total	10 ³ €	139 147	23 001	17 252	85 066	2 503	11 326
Média anual por pessoa ao serviço (a)	€	11 755	11 127	11 033	12 760	9 900	13 182
Média mensal por pessoa ao serviço	€	840	795	788	911	707	942
Número de transacções							
Total	nº	10 792 445	3 831 787	1 807 237	3 390 424	24 246	1 738 751
Média por estabelecimento	nº	87 743	123 606	56 476	105 951	2 694	91 513
Média por m² de AEV	nº	26	33	16	28	1	33
Volume de Vendas médio por transacção	€	244	145	261	377	3 062	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 -

2004

Variáveis/Indicadores	Unidade	Total (Continente)	Escalões de AEV					
			Até 999 m²	1 000 a 1 999 m²	2 000 a 2 999 m²	3 000 a 3 499 m²	4 000 a 7 999 m²	8 000 m² e mais
Nº estabelecimentos	nº	123	19	22	30	17	24	11
Área de Exposição e Venda								
Total	m²	419 253	7 145	34 196	68 158	56 667	124 786	128 301
Média	m²	3 409	376	1 554	2 272	3 333	5 199	11 664
Nº de Pessoas ao Serviço								
Total	nº	7 917	545	566	914	721	1 784	3 387
Do qual:								
A tempo completo	nº	7 514	486	564	898	697	1 709	3 160
Do género feminino	nº	3 123	159	186	379	298	807	1 294
Média por estabelecimento	nº	64	29	26	30	42	74	308
Nº de horas abertos ao público								
Total	h	430 583	48 787	72 045	115 520	59 990	86 795	47 446
Média anual por estabelecimento (a)	h	3 501	2 568	3 275	3 851	3 529	3 616	4 313
Média diária por estabelecimento	h	10	7	9	11	10	10	12
Volume de Negócios	10 ³ €	2 724 996	208 927	162 477	232 575	259 432	682 564	1 179 020
Volume de Vendas								
Total	10 ³ €	2 630 284	195 807	156 542	223 262	254 308	668 684	1 131 682
Média por estabelecimento	10 ³ €	21 384	10 306	7 116	7 442	14 959	27 862	102 880
Média por m² de AEV	€	6 274	27 405	4 578	3 276	4 488	5 359	8 821
Remunerações Ilíquidas								
Total	10 ³ €	139 147	9 896	7 004	9 648	8 192	22 346	82 061
Média anual por pessoa ao serviço (a)	€	11 755	14 793	10 843	10 058	10 830	11 572	14 790
Média mensal por pessoa ao serviço	€	840	1 057	775	718	774	827	1 056
Número de transacções								
Total	nº	10 792 445	246 555	658 377	1 809 709	1 288 855	1 870 834	4 918 115
Média por estabelecimento	nº	87 743	12 977	29 926	60 324	75 815	77 951	447 101
Média por m² de AEV	nº	26	35	19	27	23	15	38
Volume de Vendas Médio por transacção	€	244	794	238	123	197	357	230

(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

2004

Unidade: 10³ €

Categoria de produtos	Continente	NUTS II				
		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
Total de Vendas	2 616 856	553 699	470 440	1 269 864	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	496 948	100 117	66 555	279 992	13 536	36 747
Electrodomésticos, material eléctrico para instalação, aparelhos de iluminação, de rádio, de televisão, de vídeo, discos, cassetes, CD, e DVD	180 978	17 645	7 831	148 356	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	166 538	52 600	26 055	68 288	3 789	15 805
Outros bens de consumo doméstico	12 274	4 172	2 000	4 295	22	1 786
Máquinas e equipamentos	581 175	33 259	24 362	510 797	5 840	6 917
Outras Vendas de Produtos	210 689	71 113	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

2004

Categoria de produtos	Continente	NUTS II				
		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
Total de Vendas	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Produtos Alimentares, Bebidas e Tabaco	50,7%	63,1%	63,6%	36,4%	60,2%	69,5%
Fruta e produtos hortícolas	3,1%	4,2%	3,7%	2,2%	3,0%	4,2%
Carne e produtos à base de carne	4,3%	6,3%	4,2%	3,0%	1,1%	7,7%
Leite e derivados, ovos, azeite, óleos e gorduras alimentares	8,6%	13,1%	12,5%	4,7%	7,1%	11,7%
Açúcar, chocolate e produtos de confeitaria	4,0%	5,1%	5,7%	2,5%	4,8%	5,4%
Café, chá, cacau e especiarias	1,1%	1,5%	1,6%	0,6%	0,9%	2,0%
Bebidas	15,8%	16,3%	18,5%	12,7%	24,4%	22,5%
Tabaco manufacturado	4,8%	3,2%	5,9%	4,7%	9,9%	5,6%
Outros produtos alimentares	9,0%	13,3%	11,5%	6,0%	8,8%	10,4%
Bens de Consumo doméstico, excepto alimentação, bebidas e tabaco	19,0%	18,1%	14,1%	22,0%	18,2%	14,8%
Electrodomésticos, material eléctrico para instalação, aparelhos de iluminação, de rádio, de televisão, de vídeo, discos, cassetes, CD, e DVD	6,9%	3,2%	1,7%	11,7%	1,2%	2,5%
Cutelaria, louças em cerâmica e em vidro, papel de parede e produtos de limpeza	5,2%	4,6%	6,5%	4,7%	11,9%	5,2%
Produtos cosméticos, de higiene pessoal, farmacêuticos e similares	6,4%	9,5%	5,5%	5,4%	5,1%	6,4%
Outros bens de consumo doméstico	0,5%	0,8%	0,4%	0,3%	0,0%	0,7%
Máquinas e equipamentos	22,2%	6,0%	5,2%	40,2%	7,9%	2,8%
Outras Vendas de Produtos	8,1%	12,8%	17,1%	1,3%	13,7%	12,9%

Quadro 45

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

2004

Unidade: 10³ €

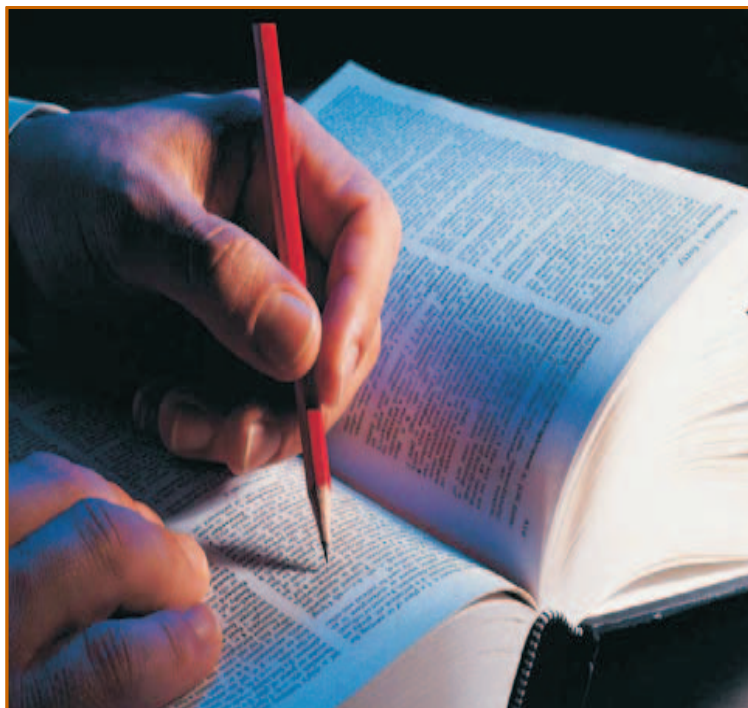
Categoria de produtos	Total (Continente)	Escalões de AEV				
		Até 1 999 m ²	De 2 000 a 2 999 m ²	De 3 000 a 3 999 m ²	De 4 000 a 7 999 m ²	8 000 m ² e mais
Total de Vendas	2 616 856	352 234	223 262	254 308	668 684	1 118 368
Produtos Alimentares, Bebidas e Tabaco	1 328 045	90 739	146 402	199 521	476 090	415 294
Fruta e produtos hortícolas	81 183	6 414	6 623	9 921	27 505	30 719
Carne e produtos à base de carne	113 284	4 054	5 885	13 949	31 441	57 956
Leite e derivados, ovos, azeite, óleos e gorduras alimentares	225 067	16 692	19 592	35 898	84 910	67 976
Açúcar, chocolate e produtos de confeitaria	104 401	7 558	11 038	15 410	38 067	32 328
Café, chá, cacau e especiarias	28 571	1 795	2 686	4 910	10 199	8 981
Bebidas	412 782	25 856	64 841	76 449	145 979	99 658
Tabaco manufacturado	126 355	10 131	17 324	11 942	53 386	33 572
Outros produtos alimentares	236 402	18 239	18 414	31 043	84 601	84 105
Bens de Consumo doméstico, excepto alimentação, bebidas e tabaco	496 948	142 754	44 758	36 243	145 323	127 869
Electrodomésticos, material eléctrico para instalação, aparelhos de iluminação, de rádio, de televisão, de vídeo, discos, cassetes, CD, e DVD	180 978	126 594	2 909	1 571	6 641	43 263
Cutelaria, louças em cerâmica e em vidro, papel de parede e produtos de limpeza	137 157	6 135	26 332	19 006	47 348	38 337
Produtos cosméticos, de higiene pessoal, farmacêuticos e similares	166 538	9 884	15 411	15 463	90 228	35 552
Outros bens de consumo doméstico	12 274	142	106	204	1 107	10 716
Máquinas e equipamentos	581 175	52 147	4 143	1 829	34 015	489 042
Outras Vendas de Produtos	210 689	66 595	27 960	16 716	13 256	86 163

Quadro 46

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

2004

Categoria de produtos	Total (Continente)	Escalões de AEV				
		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
Total de Vendas	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Produtos Alimentares, Bebidas e Tabaco	50,7%	25,8%	65,6%	78,5%	71,2%	37,1%
Fruta e produtos hortícolas	3,1%	1,8%	3,0%	3,9%	4,1%	2,7%
Carne e produtos à base de carne	4,3%	1,2%	2,6%	5,5%	4,7%	5,2%
Leite e derivados, ovos, azeite, óleos e gorduras alimentares	8,6%	4,7%	8,8%	14,1%	12,7%	6,1%
Açúcar, chocolate e produtos de confeitaria	4,0%	2,1%	4,9%	6,1%	5,7%	2,9%
Café, chá, cacau e especiarias	1,1%	0,5%	1,2%	1,9%	1,5%	0,8%
Bebidas	15,8%	7,3%	29,0%	30,1%	21,8%	8,9%
Tabaco manufacturado	4,8%	2,9%	7,8%	4,7%	8,0%	3,0%
Outros produtos alimentares	9,0%	5,2%	8,2%	12,2%	12,7%	7,5%
Bens de Consumo doméstico, excepto alimentação, bebidas e tabaco	19,0%	40,5%	20,0%	14,3%	21,7%	11,4%
Electrodomésticos, material eléctrico para instalação, aparelhos de iluminação, de rádio, de televisão, de vídeo, discos, cassetes, CD, e DVD	6,9%	35,9%	1,3%	0,6%	1,0%	3,9%
Cutelaria, louças em cerâmica e em vidro, papel de parede e produtos de limpeza	5,2%	1,7%	11,8%	7,5%	7,1%	3,4%
Produtos cosméticos, de higiene pessoal, farmacêuticos e similares	6,4%	2,8%	6,9%	6,1%	13,5%	3,2%
Outros bens de consumo doméstico	0,5%	0,0%	0,0%	0,1%	0,2%	1,0%
Máquinas e equipamentos	22,2%	14,8%	1,9%	0,7%	5,1%	43,7%
Outras Vendas de Produtos	8,1%	18,9%	12,5%	6,6%	2,0%	7,7%



Metodologia, Conceitos, Nomen- claturas e Clas- sificações

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

- Modelo A – Comércio a retalho alimentar e misto
- Modelo B – Comércio a retalho especializado não alimentar
- Modelo C – 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 27 é: INE, Estimativas Provisórias de População Residente Intercensitárias 2004.

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, Escalão de Área de Exposição e Venda e 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:

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

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

Nota: 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 classes da NUTS II, escalões de área de exposição e venda 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, Nomenclatura de Unidades Territoriais para Fins Estatísticos (NUTS), para a codificação da localização dos mesmos e Tabela de Códigos Postais.

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 500m² 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: corresponde à conta 642 do Plano Oficial de Contabilidade (POC).

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

Observações:

CARACTERIZAÇÃO DOS ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS

Número de Pessoa Colectiva ou Equiparada (NPC)

Indique o número de meses de actividade do estabelecimento em 2004

2 - IDENTIFICAÇÃO DO ESTABELECIMENTO

Nº DE ORDEM

Nota: Corrija ou complete, por favor, os quesitos 2.1 e 2.2 (personalizados), caso existam incorrecções ou faltas de preenchimento.

2.1 - Designação/Insignia do Estabelecimento

2.2 - Morada do Estabelecimento

Código Postal

-

Localidade Postal

(a preencher pelo INE)

Distrito

Concelho

Freguesia

2.3 - Actividade do Estabelecimento (discrimine):

(a preencher pelo INE)

CAE-Rev. 2.1

2.4 - Ano de Abertura do Estabelecimento

.....

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 (Nº de horas)	h m	h m	h m	h m

4 - Pessoal ao Serviço* em 2004

	Homens (nº)	Mulheres (nº)	Total (nº)
4.1 - Repartição por género	1	2	3
	A tempo completo* (nº)	A tempo parcial* (nº)	Total (nº)
4.2 - Repartição por horário de trabalho*	1	2	3

5 - Remunerações* Ilíquidas

(EUROS)

5.1 - Total de remunerações ilíquidas pagas em 2004

.....

6 - Características do Estabelecimento Comercial

	SIM	NÃO
6.1 - O estabelecimento está situado num Centro Comercial* ?	☐ 1	☐ 2
6.2 - O estabelecimento tem leitura óptica nas caixas de pagamento ?	☐ 1	☐ 2
6.3 - O estabelecimento tem terminal de pagamento automático ?	☐ 1	☐ 2
6.4 - O estabelecimento tem gestão informatizada* ?	☐ 1	☐ 2
6.5 - O estabelecimento tem parque de estacionamento* ?	☐ 1	☐ 2
6.6 - Número de caixas de saída / pagamento		
6.7 - Número de clientes * em 2004		

7 - Área do Estabelecimento

7.1 - Área Total do Estabelecimento (m²) (7.1.1 + 7.1.2 + 7.1.3)

7.2 - De 2003 para 2004, a Área de Exposição e Venda:

7.1.1 - Área de Exposição e Venda*

Aumentou ☐ 1

7.1.2 - Área de Armazém

Manteve-se ☐ 2

7.1.3 - Restante Área (Escritórios, etc...)

Diminuiu ☐ 3

8 - Volume de Negócios* realizado em 2004		
(EUROS)		
8.1 - Volume de Negócios (8.1.1 + 8.1.2)		
8.1.1 - Vendas a Retalho		
8.1.2 - Prestação de Serviços		
DISCRIMINAÇÃO	VENDAS A RETALHO	
	VALOR (EUROS)	% (a)
1	2	3
8.2 - Total de Vendas a Retalho		1 0 0
CPA		
522 Produtos alimentares, bebidas e tabaco		
522110 Frutas e produtos hortícolas frescos		
522210 Carne e produtos à base de carne (b)		
522310 Peixe, crustáceos e moluscos		
52241 Pão, produtos de pasteleria e confeitaria (c)		
522711 Leite, seus derivados e ovos		
522712 Outros produtos alimentares não especificados (d)		
52251 Bebidas		
52261 Tabaco		
523 Produtos farmacêuticos, médicos, cosméticos e higiene		
Dos quais :		
523310 Produtos cosméticos e de higiene (e)		
524 Produtos novos		
52411 Tecidos e artigos de retosaria		
524210 Vestuário (f)		
5244211 Vestuário para adultos		
524212 Vestuário para bebés e crianças		
52431 Calçado e artigos de couro (g)		
Dos quais :		
524311 Calçado		
52441 Mobiliário, louças, cutelaria, artigos de iluminação e de artigos para o lar, não especificados (h)		
Dos quais :		
524411 Mobiliário para uso doméstico		
524412 Louças, cutelarias e artigos similares p/ uso doméstico (i)		
524413 Artigos de iluminação		
524414 Têxteis confeccionados para o lar		
5245 Electrodomésticos, aparelhos de rádio e televisão, instrumentos musicais, CD, DVD e produtos similares		
Dos quais :		
52451 Electrodomésticos		
524521 Aparelhos de rádio de televisão e de vídeo (j)		
524522 Cassetes, discos, CD e DVD		

8 - Volume de Negócios* realizado em 2004 (Cont.)

VENDAS A RETALHO		
DISCRIMINAÇÃO	VALOR (EUROS)	% (a)
1	2	3
5246 Ferragens, tintas, vidros, equipamento sanitário, ladrilhos e similares e outro material de construção (l)		
Dos quais :		
524611 Ferragens		
524612 Tintas, vernizes e produtos similares		
524614 Material de bricolage		
524615 Equipamento sanitário		
52471 Livros, jornais e artigos de papelaria		
524711 Livros		
5248 Outros Produtos Novos		
Dos quais :		
52481 Mobiliário, maquinaria e outro equipamento p/ escritório, computadores e material óptico, fotográfico e de telecomunicações (m)		
524811 Mobiliário de escritório		
524812 Máquinas, equipamento e outro material para escritório		
524813 Computadores, material informático e software normalizado (n)		
52482 Relógios e artigos de ourivesaria, artigos de desporto, pesca e campismo, brinquedos e jogos		
Dos quais :		
524822 Artigos de desporto, campismo, caça e lazer (o)		
524823 Brinquedos jogos		
52483 Outros produtos		
524831 Produtos de limpeza e similares, para uso doméstico		
524832 Flores, plantas, sementes e adubos para jardim (p)		
524835 Combustíveis para uso doméstico (q)		
5249 Outros produtos não especificados		
505010 Combustíveis para veículos		

9 - Venda de Produtos de Marca Própria*

VENDAS A RETALHO		
DISCRIMINAÇÃO	VALOR (EUROS)	% (a)
1	2	3
9.1 - Total das Vendas de Produtos com Marca Própria *		1 0 0
522 Produtos alimentares, bebidas e tabaco		
523 Produtos Farmacêuticos, médicos, cosméticos e de higiene		
524 Produtos novos		

10 - Indique a Percentagem de Vendas a Retalho* (8.2) com pagamento feito por:	
10.1 - Numerário	%
10.2 - Cartão de Crédito e Débito	%
Do qual:	
10.2.1 - Cartão de crédito	%
10.3 - Cheque	%
10.4 - Outros (inclui cartões de cliente)	%

Notas explicativas:

- (a) Caso não consiga fazer a repartição das **vendas a retalho** em valor, indique nesta coluna uma estimativa em termos percentuais.
- (b) Inclui ainda carne de animais de capoeira, caça e de produtos à base de carne, frescos, congelados ou enlatados.
- (c) Inclui ainda chocolates e frutas conservadas em açúcar (por ex.: frutas cristalizadas).
- (d) Inclui ainda frutas em conserva, arroz, óleos e gorduras alimentares, sal, café chá, açúcar, cacau e especiarias, massas alimentícias e produtos farináceos semelhantes.
- (e) Inclui ainda perfumes, sabonetes e outros produtos de higiene.
- (f) Inclui ainda vestuário interior e exterior para homem, senhora e criança, vestuário de couro ou de peles com pêlo, chapéus e outros acessórios de vestuário, assim como vestuário de desporto.
- (g) Inclui calçado de couro ou de outro material e para qualquer fim, malas de viagem, bolsas, artigos de seleiros e outros artigos de couro e de viagem.
- (h) - Inclui também artigos de madeira, cortiça, vime e espartaria, assim como aparelhos, artigos e equipamentos, de uso doméstico, não eléctricos
- (i) Inclui ainda produtos metálicos manufacturados, artefactos de vidro para serviços de mesa ou cozinha e para toucador, ornamentação de interiores ou usos semelhantes e artigos de uso doméstico e de ornamentação.
- (j) Inclui ainda gravadores de audio e de vídeo, auto-rádios, máquinas de filmar, sistemas de alta fidelidade, etc.
- (l) Inclui ainda materiais de construção não incluídos noutras subcategorias, tais como madeira, elementos de construção em metal e outros não-metálicos.
- (m) Inclui ainda chapas e películas fotográficas, óculos, lentes de contacto, microscópios, binóculos e instrumentos de precisão e equipamentos de telecomunicações.
- (n) Inclui ainda acessórios de computação e software não executado por medida.
- (o) Inclui ainda bicicletas, esquis, equipamento para desportos aquáticos, botas para esquí, futebol e para patinagem; não inclui vestuário de desporto.
- (p) Inclui ainda árvores jovens e arbustos, produtos fitossanitários, arranjos florais e coroas de flores ou de arbustos.
- (q) Inclui também botijas de gás, carvão e lenha, para uso doméstico.

Inquérito aos Estabelecimentos Comerciais
 Unidades Comerciais de Dimensão Relevante
Modelo A - Comércio a Retalho Alimentar e Misto
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
--	--	---	---	---	---

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 2 000 m²;
- b) - Sendo de comércio a retalho não alimentar, disponham de uma área de venda contínua, igual ou superior a 4 000 m²;
- c) - Sendo de comércio por grosso, disponham de uma área de venda contínua, igual ou superior a 5 000 m²;
- d) - Sendo de comércio a retalho alimentar ou misto, pertencentes a uma empresa ou grupo que detenha, a nível do 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.

QUADRO 1

1.4 – ACTIVIDADE PRINCIPAL – Actividade que representa a maior importância no conjunto das actividades exercidas por uma unidade de observação estatística. O critério adequado para a sua aferição é o representado pelo valor acrescentado bruto ao custo dos factores. Na impossibilidade da sua determinação por este critério, considera-se como 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 POC.

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 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 (p. 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 (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

4.1 – REPARTIÇÃO POR GÉNERO

4.2 – REPARTIÇÃO POR TIPO DE CONTRATO

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.

QUADRO 5

5.1 – REMUNERAÇÕES LÍQUIDAS – 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 6

6.1 – 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.

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

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

6.7 – CLIENTE – Pessoa singular ou colectiva que adquire bens ou serviços, mediante o pagamento do respectivo preço (contada tantas vezes quantas as transacções efectuadas).

QUADRO 7

7.1.1 – 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 9

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

QUADRO 10

10 – PERCENTAGEM DE VENDAS A RETALHO POR MEIO DE PAGAMENTO - Indique a repartição percentual das vendas a retalho indicadas no ponto 8.1.1 por meio de pagamento. A soma das repartições indicadas nos pontos 10.1, 10.2, 10.3 e 10.4 tem de ser igual a 100%.

INQUÉRITO AOS ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS
INQUÉRITO ÀS UNIDADES COMERCIAIS DE DIMENSÃO RELEVANTE
 Modelo B - COMÉRCIO A RETALHO ESPECIALIZADO NÃO ALIMENTAR

Instrumento de notação do Sistema Estatístico Nacional (Lei 6/89 de 15 de Abril), de resposta obrigatória. Registo no INE sob o N.º 9661, válido até 31.12.2006.



INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA

ANO DE REFERÊNCIA : 2004

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: UCEDR@ine.pt

1 - Caracterização da Empresa ou Entidade Equiparada

Nota: Preencha, por favor, os quesitos 1.1 a 1.4, só se a informação for diferente da constante no endereço personalizado acima.

1.1 - Designação Social (ou Firma)

1.2 - Morada

Código Postal

.....

-

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

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

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

1.4 - Actividade Principal* (Discrimine)

CAE-Rev. 2.1

.....

.....

.....

.....

.....

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

1.5.1 - Independente* ☐

1

1.5.2 - Associada* ☐

2

1.5.3 - Integrada* ☐

4

1.5.2.1 - Franchising* ☐

2

1.5.2.2 - Outra ☐

3

(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 (Total, Remunerado)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

1.8 - Número Total de Estabelecimentos* Comerciais

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

(1) Se for FRANCHISING, Indique, por favor, a Insígnia/Designação do Franqueador:

Por favor, para cada um dos ESTABELECIMENTOS, preencha os quadros de 2 a 10. Utilize para o efeito as folhas seguintes e devolva-as, juntamente com esta, devidamente preenchidas; caso a Empresa detenha outros estabelecimentos de comércio, muito agradecemos que sejam feitas cópias destes documentos, preenchidas e enviadas em simultâneo.

O responsável pela Informação:

Data: ____ / ____ / ____

Nome (Letra Maiúscula):

Localidade:

Telefone:

Fax:

e-mail:

Observações:

CARACTERIZAÇÃO DOS ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS

Número de Pessoa Colectiva ou Equiparada (NPC)

Indique o número de meses de actividade do estabelecimento em 2004

2 - IDENTIFICAÇÃO DO ESTABELECIMENTO

Nº DE ORDEM

Nota: Corrija ou complete, por favor, os quesitos 2.1 e 2.2 (personalizados), caso existam incorrecções ou faltas de preenchimento.

2.1 - Designação/Insignia do Estabelecimento

2.2 - Morada do Estabelecimento

Código Postal

-

Localidade Postal

(a preencher pelo INE)

Distrito

Concelho

Freguesia

2.3 - Actividade do Estabelecimento (discrimine):

(a preencher pelo INE)
CAE-Rev. 2.1

2.4 - Ano de Abertura do Estabelecimento

.....

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 p/almoço (Nº de horas)	h m	h m	h m	h m

4 - Pessoal ao Serviço* em 2004

4.1 - Repartição por género	Homens (nº) 1	Mulheres (nº) 2	Total (nº) 3
4.2 - Repartição por horário de trabalho*	A tempo completo* (nº) 1	A tempo parcial* (nº) 2	Total (nº) 3

5 - Remunerações* Líquidas

(EUROS)

5.1 - Total de remunerações líquidas pagas em 2004

6 - Características do Estabelecimento Comercial

	SIM	NÃO
6.1 - O estabelecimento está situado num Centro Comercial* ?	☐ 1	☐ 2
6.2 - O estabelecimento tem leitura óptica nas caixas de pagamento ?	☐ 1	☐ 2
6.3 - O estabelecimento tem terminal de pagamento automático ?	☐ 1	☐ 2
6.4 - O estabelecimento tem gestão informatizada* ?	☐ 1	☐ 2
6.5 - O estabelecimento tem parque de estacionamento* ?	☐ 1	☐ 2
6.6 - Número de caixas de saída / pagamento		
6.7 - Número de clientes * em 2004		

7 - Área do Estabelecimento

7.1 - Área Total do Estabelecimento (m ²) (7.1.1 + 7.1.2 + 7.1.3)		7.2 - De 2003 para 2004, a Área de Exposição e Venda:
7.1.1 - Área de Exposição e Venda*		Aumentou
7.1.2 - Área de Armazém		Manteve-se
7.1.3 - Restante Área (Escritórios, etc...)		Diminuiu

8 - Volume de Negócios* realizado em 2004		
(EUROS)		
8.1 - Volume de Negócios (8.1.1 + 8.1.2)		
8.1.1 - Vendas		
8.1.2 - Prestação de Serviços		
DISCRIMINAÇÃO	VALOR (EUROS)	% (a)
1	2	3
8.2 - Total de Vendas a Retalho		1 0 0
CPA		
522 Produtos alimentares, bebidas e tabaco		
523 Produtos farmacêuticos, médicos, cosméticos e higiene (b)		
524 Produtos novos		
52411 Tecidos e artigos de retosaria		
524210 Vestuário (c)		
52431 Calçado e artigos de couro (d)		
52441 Mobiliário, louças, cutelaria, artigos de iluminação e de artigos para o lar para o lar, não especificados (e)		
Dos quais :		
524411 Mobiliário para uso doméstico		
524412 Louças, cutelarias e artigos similares p/ uso doméstico (f)		
524413 Artigos de iluminação		
524414 Têxteis confeccionados para o lar		
5245 Electrodomésticos, aparelhos de rádio e televisão, instrumentos musicais, CD, DVD e produtos similares		
Dos quais :		
524510 Electrodomésticos		
524521 Aparelhos de rádio televisão e vídeo (g)		
524522 Cassetes, discos, CD e DVD		
52461 Ferragens, tintas, vidros, equipamento sanitário, ladrilhos e similares e outro material de construção (h)		
Dos quais :		
524611 Ferragens		
524612 Tintas, vernizes e produtos similares		
524614 Material de bricolage		
524615 Equipamento sanitário		
52471 Livros, jornais e artigos de papelaria		
Dos quais :		
524711 Livros		

8 - Volume de Negócios* realizado em 2004 (Cont.)

DISCRIMINAÇÃO		VENDAS A RETALHO	
		VALOR (EUROS)	% (a)
1		2	3
5248	Outros Produtos Novos		
52481	Mobiliário, maquinaria e outro equipamento p/ escritório, computadores e material óptico, fotográfico e de telecomunicações (i)		
524811	Mobiliário de escritório		
524812	Máquinas, equipamento e outro material para escritório		
524813	Computadores, material informático e software normalizado (j)		
52482	Relógios e artigos de ourivesaria, artigos de desporto, pesca e campismo, brinquedos e jogos		
	Dos quais :		
524822	Artigos de desporto, campismo, caça e lazer (l)		
524823	Brinquedos jogos		
52483	Outros produtos		
524831	Produtos de limpeza e similares, para uso doméstico		
524832	Flores, plantas, sementes e adubos para jardim (m)		
524835	Combustíveis para uso doméstico (n)		
52499	Outros produtos não especificados		
505010	Combustíveis para veículos		

9 - Venda de Produtos de Marca Própria*

DISCRIMINAÇÃO		VENDAS A RETALHO	
		VALOR (EUROS)	% (a)
1		2	3
9.1	Total das Vendas de Produtos com Marca Própria *		
522	Produtos alimentares, bebidas e tabaco		
523	Produtos farmacêuticos, médicos, cosméticos e de higiene		
524	Produtos novos		

10 - Indique a Percentagem de Vendas a Retalho* (8.2) com pagamento feito por:

10.1 - Numerário	%
10.2 - Cartão de Crédito e Débito	%
Do qual:	
10.2.1 - Cartão de crédito	%
10.3 - Cheque	%
10.4 - Outros (inclui cartões de cliente)	%

Notas explicativas:

- (a) Caso não consiga fazer a repartição das **vendas a retalho** em valor, indique nesta coluna uma estimativa em termos percentuais.
- (b) Inclui ainda perfumes, sabonetes e outros produtos de higiene.
- (c) Inclui vestuário interior e exterior para homem, senhora e criança, vestuário de couro ou de peles com pêlo, chapéus e outros acessórios de vestuário, assim como vestuário de desporto.
- (d) Inclui calçado de couro ou de outro material e para qualquer fim, malas de viagem, bolsas, artigos de seleiros e outros artigos de couro e de viagem.
- (e) - Inclui também artigos de madeira, cortiça, vime e espartaria, assim como aparelhos, artigos e equipamentos, de uso doméstico, não eléctricos
- (f) Inclui ainda produtos metálicos manufacturados, artefactos de vidro para serviços de mesa ou cozinha e para toucador, ornamentação de interiores ou usos semelhantes e artigos de uso doméstico e de ornamentação.
- (g) Inclui ainda gravadores de audio e de vídeo, auto-rádios, máquinas de filmar, sistemas de alta fidelidade, etc.
- (h) Inclui ainda materiais de construção não incluídos noutras subcategorias, tais como madeira, elementos de construção em metal e outros não-metálicos.
- (i) Inclui ainda chapas e películas fotográficas, óculos, lentes de contacto, microscópios, binóculos e instrumentos de precisão e equipamentos de telecomunicações.
- (j) Inclui também acessórios de computação e software não executado por medida.
- (l) Inclui ainda bicicletas, esquis, equipamento para desportos aquáticos, botas para esqui, futebol e para patinagem; não inclui vestuário de desporto.
- (m) Inclui ainda árvores jovens e arbustos, produtos fitossanitários, arranjos florais e coroas de flores ou de arbustos.
- (n) Inclui também botijas de gás, carvão e lenha, para uso doméstico.

Inquérito aos Estabelecimentos Comerciais
 Unidades Comerciais de Dimensão Relevante
Modelo B - Comércio a Retalho Especializado Não Alimentar
 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
--	--	---	---	---	---

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 2 000 m²;
- b) - Sendo de comércio a retalho não alimentar, disponham de uma área de venda contínua, igual ou superior a 4 000 m²;
- c) - Sendo de comércio por grosso, disponham de uma área de venda contínua, igual ou superior a 5 000 m²;
- d) - Sendo de comércio a retalho alimentar ou misto, pertencentes a uma empresa ou grupo que detenha, a nível do 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.

QUADRO 1

1.4 – ACTIVIDADE PRINCIPAL – Actividade que representa a maior importância no conjunto das actividades exercidas por uma unidade de observação estatística. O critério adequado para a sua aferição é o representado pelo valor acrescentado bruto ao custo dos factores. Na impossibilidade da sua determinação por este critério, considera-se como 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 – Empresa que 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 POC.

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 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 (p. 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 (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

4.1 – REPARTIÇÃO POR GÉNERO

4.2 – REPARTIÇÃO POR TIPO DE CONTRATO

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.

QUADRO 5

5.1 – REMUNERAÇÕES LÍQUIDAS – 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 6

6.1 – 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.

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

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

6.7 – CLIENTE – Pessoa singular ou colectiva que adquire bens ou serviços, mediante o pagamento do respectivo preço (contada tantas vezes quantas as transacções efectuadas).

QUADRO 7

7.1.1 – 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 9

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

QUADRO 10

10 – PERCENTAGEM DE VENDAS A RETALHO POR MEIO DE PAGAMENTO – Indique a repartição percentual das vendas a retalho indicadas no ponto 8.1.1 por meio de pagamento. A soma das repartições indicadas nos pontos 10.1, 10.2, 10.3 e 10.4 tem de ser igual a 100%.

INQUÉRITO AOS ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS

INQUÉRITO ÀS UNIDADES COMERCIAIS DE DIMENSÃO RELEVANTE

Modelo C - COMÉRCIO POR GROSSO

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



INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA

ANO DE REFERÊNCIA : 2004

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

Nota: Preencha, por favor, os quesitos 1.1 a 1.4, só se a informação for diferente da constante no endereço personalizado acima.

1.1 - Designação Social (ou Firma)

1.2 - Morada

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* ☐ 1

1.5.2 - Associada* ☐ 2

1.5.3 - Integrada* ☐ 4

1.5.2.1 - Franchising¹* ☐ 2

1.5.2.2 - Outra ☐ 3

(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 (Total, Remunerado) [] [] [] [] [] [] [] []

1.8 - Número Total de Estabelecimentos* Comerciais [] [] [] [] [] [] [] []

(1) Se for FRANCHISING, Indique, por favor, a Insignia/Designação do Franqueador:

O responsável pela Informação:

Data: ____ / ____ / ____

Nome (Letra Maiúscula):

Localidade:

Telefone: Fax:

e-mail:

Observações:

CARACTERIZAÇÃO DOS ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS

Número de Pessoa Colectiva ou Equiparada (NPC)

Indique o número de meses de actividade do estabelecimento em 2004

2 - IDENTIFICAÇÃO DO ESTABELECIMENTO

Nº DE ORDEM

Nota: Corrija ou complete, por favor, os quesitos 2.1 e 2.2 (personalizados), caso existam incorrecções ou faltas de preenchimento.

2.1 - Designação/Insignia do Estabelecimento

2.2 - Morada do Estabelecimento

Código Postal

-

Localidade Postal

(a preencher pelo INE)

Distrito

Concelho

Freguesia

2.3 - Actividade do Estabelecimento (discrimine):

CAE-Rev.2.1

2.4 - Ano de Abertura do Estabelecimento

.....

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 (Nº de horas)	h m	h m	h m	h m
3.4 - Indique o dia / parte do dia em que encerra				

4 - Pessoal ao Serviço* em 2004

4.1 - Repartição por género	Homens (nº) 1	Mulheres (nº) 2	Total (nº) 3
4.2 - Repartição por horário de trabalho*	A tempo completo* (nº) 1	A tempo parcial* (nº) 2	Total (nº) 3

5 - Remunerações* Ilíquidas

(EUROS)

5.1 - Total de remunerações ilíquidas pagas em 2004

.....

6 - Características do Estabelecimento* Comercial

	SIM	NÃO
6.1 - O estabelecimento tem leitura óptica nas caixas de pagamento ?	☐ 1	☐ 2
6.2 - O estabelecimento tem parque de estacionamento* ?	☐ 1	☐ 2
6.3 - O método principal de venda é auto-serviço*	☐ 1	☐ 2
6.4 - Número de caixas de saída / pagamento		
6.5 - Número de clientes* em 2004		

7 - Área do Estabelecimento

7.1 - Área Total do Estabelecimento (m ²) (7.1.1 + 7.1.2 + 7.1.3)		7.2 - De 2003 para 2004, a Área de Exposição e Venda:
7.1.1 - Área de Exposição e Venda*		Aumentou 1
7.1.2 - Área de Armazém		Manteve-se 2
7.1.3 - Restante Área (Escritórios, etc...)		Diminuiu 3

8 - Volume de Negócios* realizado em 2004		
(EUROS)		
8.1 - Volume de Negócios (8.1.1 + 8.1.2)		
8.1.1 - Vendas (8.1.1.1 + 8.1.1.2)		
8.1.1.1 - Vendas por Grosso (<i>Repartido em 8.2</i>)		
8.1.1.2 - Outras Vendas (a Retalho, etc...)		
8.1.2 - Prestação de Serviços		
DISCRIMINAÇÃO	VALOR (EUROS)	% (a)
1	2	3
8.2 - Total de Vendas por Grosso		1 0 0
CPA		
512 Produtos agrícolas brutos e animais vivos		
513 Produtos alimentares, bebidas e tabaco		
5131 Fruta e produtos hortícolas		
5132 Carne e produtos à base de carne (b)		
5133 Leite e derivados, ovos, azeite, óleos e gorduras alimentares		
5136 Açúcar, chocolate e produtos de confeitaria (c)		
5137 Café, chá, cacau e especiarias		
5134 Bebidas		
5135 Tabaco manufacturado		
5138 Outros produtos alimentares (d)		
514 Bens de consumo doméstico, excepto alimentação, bebidas e tabaco		
5141 Têxteis para vestuário e uso doméstico e artigos de retrosaria		
5142 Vestuário e calçado		
Do qual :		
514214 Calçado		
5143 Electrodomésticos, material eléctrico para instalação, aparelhos de iluminação, de rádio, de televisão, de vídeo, discos, cassetes, CD e DVD (e)		
51431 Electrodomésticos, material eléctrico para instalação, aparelhos de iluminação		
51432 Aparelhos de rádio, televisão, vídeo, discos, cassetes, CD e DVD		
5144 Cutelaria, louças em cerâmica e em vidro, papel de parede e produtos de limpeza		
Dos quais :		
514414 Produtos de limpeza e similares para uso doméstico (f)		
5145 Perfumes e produtos de higiene		

8 - Volume de Negócios* realizado em 2004 (Cont.)

DISCRIMINAÇÃO			VENDAS POR GROSSO	
			VALOR (EUROS)	% (a)
1			2	3
5146	Produtos farmacêuticos (g)			
5147	Outros bens de consumo			
	Dos quais :			
51471	Bens de equipamento para o lar (h)			
	Dos quais :			
514711	Mobiliário para uso doméstico			
514721	Livros, jornais e revistas			
514722	Artigos de papelaria			
51473	Bens de consumo diversos (i)			
	Dos quais :			
514733	Brinquedos e jogos			
514735	Artigos de desporto (j)			
515	Bens intermédios não agrícolas, desperdícios e sucatas			
518	Máquinas e equipamentos			
	Dos quais :			
5181	Máquinas-ferramentas			
5182	Máquinas e equipamentos para a indústria extractiva, para a construção e engenharia civil			
5183	Máquinas para a indústria têxtil e de vestuário			
5184	Computadores, equipamentos periféricos e programas informáticos			
5185	Outras máquinas e equipamento de escritório			
5187	Máquinas e equipamento para a indústria, comércio e navegação			
5188	Máquinas e equipamentos agrícolas e seus acessórios			
5199	Outros produtos n. e.			

9 - Venda de Produtos de Marca Própria*

DISCRIMINAÇÃO			VENDAS POR GROSSO	
			VALOR (EUROS)	% (a)
1			2	3
9.1 - Total das Vendas de Produtos com Marca Própria *				1 0 0
512 Produtos agrícolas brutos e animais vivos				
513 Produtos alimentares, bebidas e tabaco				
514 Bens de consumo doméstico, excepto alimentação, bebidas e tabaco				
515 Bens intermédios (não agrícolas), desperdícios e sucatas				
518 Máquinas e equipamentos				
5199 Outros produtos n.e.				

10 - Indique a Percentagem de Vendas* (8.2) com pagamento feito por:	
10.1 - Numerário	%
10.2 - Cartão de Crédito e Débito	%
Do qual:	
10.2.1 - Cartão de crédito	%
10.3 - Cheque	%
10.4 - Outros (inclui cartões de cliente)	%

Notas explicativas:

- (a) Caso não consiga fazer a repartição das **vendas por grosso** em valor, indique nesta coluna uma estimativa em termos percentuais.
- (b) Inclui também miudezas alimentares, conservas e preparações à base de carne.
- (c) Inclui também gelados e sorvetes e produtos de padaria.
- (d) Inclui também, peixe, crustáceos e moluscos, hortícolas transformados, produtos alimentares homogeneizados e dietéticos e alimentos para animais de estimação.
- (e) Inclui também auto-rádios.
- (f) Inclui também 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.
- (g) Inclui também especialidades farmacêuticas, instrumentos médico-cirúrgicos e ortopédicos.
- (h) Inclui também aparelhos não eléctricos de uso doméstico e ainda artigos de madeira, cortiça, vime e similares e revestimentos para pavimentos.
- (i) Inclui também instrumentos musicais, material fotográfico e óptico, relógios, objectos de joalharia e bijuteria e artigos de viagem e marroquinaria.
- (j) Inclui também esquis, artigos e equipamento para atletismo e desportos ao ar livre, bicicletas, embarcações de recreio, etc..

Inquérito aos Estabelecimentos Comerciais
Unidades Comerciais de Dimensão Relevante
Modelo C - 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			

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 2 000 m²;
- b) - Sendo de comércio a retalho não alimentar, disponham de uma área de venda contínua, igual ou superior a 4 000 m²;
- c) - Sendo de comércio por grosso, disponham de uma área de venda contínua, igual ou superior a 5 000 m²;
- d) - Sendo de comércio a retalho alimentar ou misto, pertencentes a uma empresa ou grupo que detenha, a nível do 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.

QUADRO 1

1.4 – ACTIVIDADE PRINCIPAL – Actividade que representa a maior importância no conjunto das actividades exercidas por uma unidade de observação estatística. O critério adequado para a sua aferição é o representado pelo valor acrescentado bruto ao custo dos factores. Na impossibilidade da sua determinação por este critério, considera-se como 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 – Empresa que 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 POC.

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 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 (p. 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 (p. ex.: trabalhadores temporários);
- iv) os trabalhadores independentes (p. ex.: prestadores de serviços).

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**4.1 – REPARTIÇÃO POR GÉNERO****4.2 – REPARTIÇÃO POR TIPO DE CONTRATO**

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.

QUADRO 5

5.1 – REMUNERAÇÕES LÍQUIDAS – total das remunerações, em dinheiro ou em espécie 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 6

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

6.3 – 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.

6.5 – CLIENTE – Pessoa singular ou colectiva que adquire bens ou serviços, mediante o pagamento do respectivo preço (contada tantas vezes quantas as transacções efectuadas).

QUADRO 7

7.1.1 – 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 9

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

QUADRO 10

10 – PERCENTAGEM DE VENDAS POR GROSSO, POR MEIO DE PAGAMENTO – Indique a repartição percentual das vendas por grosso indicadas no ponto 8.1.1.1, por meio de pagamento. A soma das repartições indicadas nos pontos 10.1, 10.2, 10.3 e 10.4 tem de ser igual a 100%.