



Estabelecimentos Comerciais

unidades de dimensão relevante

2006



Ano de edição **2008**



FICHA TÉCNICA

Título

Estabelecimentos Comerciais 2006 - Unidades de Dimensão Relevante

Editor

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

Presidente do Conselho Directivo

Alda de Caetano Carvalho

Capa e Composição Gráfica

Instituto Nacional de Estatística, I.P.

ISSN 1646-2467

ISBN 978-972-673-882-2

Periodicidade Anual

O INE, I.P. na Internet

www.ine.pt



Apoio | ao cliente

808 201 808

© INE, I.P., Lisboa · Portugal, 2008 *

A reprodução de quaisquer páginas desta obra é autorizada, excepto para fins comerciais, desde que mencionando o INE, I.P., como autor, o título da obra, o ano de edição, e a referência Lisboa-Portugal.

SÍNTESE DE RESULTADOS

Em 2006 o número de estabelecimentos abrangidos pelo conceito de unidade comercial de dimensão relevante – UCDR - ascendeu a 2 230, mais 9% do que em 2005, em resultado do contributo do subsector retalhista. Por oposição, o comércio grossista verificou um ligeiro decréscimo no número de estabelecimentos.

Por ano de abertura dos estabelecimentos, verifica-se que 55,1% entraram em actividade entre os anos de 1991 e 2000, depois de 2000 abriram 39,4% e apenas 5,5% haviam entrado em funcionamento antes de 1991.

A importância relativa dos subsectores do comércio das UCDR manteve-se semelhante à dos anos anteriores quer em termos de número de estabelecimentos, quer em termos de volume de vendas. Das unidades em actividade, o comércio a retalho alimentar continua a liderar ao representar 57,8% do total de estabelecimentos, seguido do comércio a retalho não alimentar com 36,9% e do comércio por grosso, que abrange apenas 5,3% do total de estabelecimentos.

No ano em análise o volume de negócios das UCDR ascendeu a 14 128 milhões de euros, tendo o volume de vendas correspondido a 99,5% deste total.

Face a 2005, o volume de negócios aumentou 9%, em resultado da performance do retalho não alimentar com um acréscimo de 21,4% e do retalho alimentar com uma variação de 7,8%, já que no comércio por grosso se registou um decréscimo de 3,2% no respectivo volume de negócios, em parte associado ao decréscimo verificado no número de estabelecimentos.

Relativamente ao número de transacções efectuadas verifica-se um aumento de 7,5%, face a 2005. O retalho alimentar foi o principal responsável pelo volume de transacções efectuadas, representando 82,3% do total e o comércio por grosso foi o que apresentou menor importância relativa, assegurando apenas 2% do total de transacções.

Para o conjunto dos estabelecimentos das UCDR, o número de pessoas ao serviço é de 83 259 (+9,2% face a 2005), destacando-se a preponderância do sector do comércio a retalho alimentar, o qual representou 66% do total. Salienta-se o aumento verificado no pessoal ao serviço do retalho não alimentar de 15,7%, seguido do retalho alimentar com um acréscimo de 8,7%. Em oposição, o número de pessoas ao serviço nas unidades grossistas apresentou um decréscimo de 5,8%.

As pessoas ao serviço nestas unidades comerciais auferiram em 2006 um total de 804,1 milhões de euros de remunerações ilíquidas, tendo esta variável apresentado um acréscimo de 8,6%, face a 2005, com o forte contributo do comércio a retalho não alimentar (+16,1% do que em 2005). Nas UCDR grossistas as remunerações decresceram 4,3% associadas à redução do pessoal ao serviço, apesar deste subsector continuar a apresentar a remuneração média mensal¹ mais elevada (929€); segue-se o retalho alimentar (759€) e o retalho não alimentar (710€).

Os 2 112 estabelecimentos do comércio a retalho dinamizaram um volume de negócios de cerca de 12 211 milhões de euros (+11,1% face a 2005), dos quais 12 173 milhões corresponderam ao volume de vendas, representando a componente de prestações de serviços 0,7% do volume de negócios, no retalho não alimentar, e apenas 0,2% no retalho alimentar.

As 1 290 unidades do comércio a retalho alimentar foram responsáveis por 73,2% do volume de vendas do comércio a retalho, sendo igualmente de salientar a supremacia do retalho alimentar no que respeita ao volume de vendas médio, por estabelecimento, que ascendeu a 6,9 milhões de euros, contra cerca de 4 milhões de euros no retalho não alimentar. Em contrapartida, o volume de vendas médio por transacção² é bastante superior no retalho não alimentar, tendo ascendido a 31€ em 2006.

Nas UCDR do retalho alimentar, 56,2% dos estabelecimentos comercializaram produtos de marca própria (-2 p.p. do que em 2005) enquanto no retalho não alimentar essa proporção foi de 41% (+ 5,6 p.p. do que em 2005).

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

² Não inclui IVA

Quando analisada a parte das vendas que corresponde a produtos de marca própria verificou-se, face a 2005, uma quase estabilização no comércio a retalho alimentar tendo a proporção de vendas de produtos de marcas próprias no total das vendas baixado de 10,8% em 2005 para 10,2% em 2006, enquanto que no retalho não alimentar se verificou um ligeiro reforço, tendo evoluído de 8,7% para 10,1% no mesmo espaço temporal.

Nas vendas efectuadas em 2006, nas UCDR retalhistas, o recurso a cartões de débito e crédito continuou a ser o meio de pagamento mais utilizado representando 49,5% das vendas. O numerário e o cheque corresponderam a 44,9% das vendas totais.

O número de UCDR de comércio por grosso em 2006 ascendeu a 118, menos 2 do que em 2005. Por localização geográfica, encontra-se a maior concentração nas regiões do Centro, do Norte e em Lisboa, num total de 89 estabelecimentos.

O número de pessoas ao serviço nas unidades grossistas ascende em 2006 a 6 222 pessoas (-5,8% do que em 2005), na sua maioria homens, que representam cerca de 58% do total.

Nas UCDR grossistas o volume de negócios foi de 1 916,4 milhões de euros, dos quais 1 887,8 milhões de euros corresponderam ao volume de vendas (-2,7% do que em 2005), associados a 13,5 milhões de transacções. Por estabelecimento, verificou-se uma média de 114 377 transacções, correspondendo cada uma delas a um volume de vendas médio de 140€.

A distribuição regional do volume de vendas das unidades grossistas caracteriza-se por uma concentração também nas regiões do Norte, Lisboa e Centro do país, as quais asseguram 83,5% do total das vendas.

SUMMARY

In 2006 there were 2 230 establishments under the concept of “Large-sized Commercial Units” (from now on referred to as UCDR), a 9% rise towards 2005, mainly on the retail trade subsector as opposed to wholesale trade which registered a slight decrease in the total number of establishments.

With regards to the year in which such units started business, 55.1% started between the years of 1991 and 2000, 39.4% after 2000 and only 5.5% before 1991.

The weight of trade subsectors in large-sized commercial units remained similar both in the number of establishments and in sales turnover, when compared to the previous years. The number of food retail establishments led with 57.8% of the total, followed by non-food retail establishments with 36.9% of the total and wholesale, with only 5.3% of the total number of establishments.

In 2006, the turnover of these establishments amounted to 14 128 million euros, 99.5% of which corresponded to sales turnover.

When compared to 2005, a 9% rise in total turnover occurred as a result of the performance of food retail, with a year-on-year rate of 7.8% and non-food retail with a decrease of 3.2% in turnover, partly due to the correspondent decrease in the number of establishments.

During this period, there was an increase of 7.5% in the number of transactions, when compared with the previous year, with all subsectors contributing for this. Food retail was mostly responsible for the number of transactions made, representing 82.3% of the total and wholesale assumed less importance with only 2% of the total of transactions.

The number of persons employed in all UCDR establishments reached 83 259 (9.2% more than in 2005), mainly in food retail establishments, representing 66% of the total. There was a significant increase of 15.7% in non-food retail, followed by food retail with an increase of 8.7%, as opposed to the number of persons employed in wholesale units, with a decrease of 5.8%, when compared with the same period of 2005.

Gross salaries earned by persons employed in UCDR establishments, during 2006, totalled 804.1 million euros, representing an increase of 8.6% towards 2005, with a significant contribution of non-food retail (16.1% more than in 2005). In wholesale UCDR units, salaries decreased by 4.3%, in spite of a higher average monthly salary³ (929 €), followed by food retail (759 €) and by non-food retail (710 €).

The retail trade UCDR establishments reached a total turnover of 12 211 million euros (11.1% more than in the previous year), of which 12 173 from sales turnover. Rendered services correspond to 0.7% of total turnover in non-food retail, and only 0.2% in food retail.

The 1 290 food retail units were responsible for 73.2% of the total turnover of retail trade, with food retail responsible for the highest value in average sales turnover per establishment, reaching 6.9 million euros, against 4 million euros in non-food retail. On the other hand, the average sales turnover per transaction⁴ is far higher in non-food trade, reaching a value of 31€ in 2006.

In 2006, 56.2% of food retail UCDR establishments were selling own brand products (less 2 percentage points than in 2005), while only 41% of non-food retail establishments were selling own brand products.

The part of sales corresponding to own brand products, nearly stabilized in food retail trade: 10.2% in 2006 compares to 10.8% in 2005, while in non-food retail there was a slight increase from 8.7% to 10.1% during the same period.

In 2006, regarding the means of payment, debit and credit cards were used in 49.5% of sales in retail trade large-sized units, exceeding the use of more traditional means of payment – cash and cheques – that corresponded to 44.9% of sales.

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

⁴ Note: does not include V.A.T.

The number of wholesale establishments in 2006 was 118, two units less than in 2005. Geographically, they are situated mainly in the Centre, the North and Lisbon regions, totalling 89 establishments.

The number of persons employed in wholesale units reached 6 222 in 2006 (5.8% less than in 2005), of which mainly men, representing 58% of the total.

In wholesale UCDR units, total turnover ascended to 1 916.4 million euros, of which 1 887.8 million euros correspond to sales turnover (2.7% less than in 2005), associated to 13.5 million transactions. Per establishment, there was an average of 114 377 transactions, each one corresponding to an average sales turnover of 140 euros.

The regional distribution of sales turnover from wholesale units mirrors the distribution of the establishments, mainly concentrating in the North, Lisbon and Centre regions of the country, recording 83.5% of the total sales.

NOTA INTRODUTÓRIA

A presente publicação vem divulgar os principais resultados do Inquérito aos Estabelecimentos Comerciais – Unidades de Dimensão Relevante, realizado no Continente, e relativos a 2006.

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 nº83/95 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 nº218/97, de 20 de Agosto. Com este conceito passou a considerar-se, para efeitos de licenciamento, não só a área individual de cada estabelecimento, mas também a área acumulada dos estabelecimentos pertencentes a uma mesma empresa, ou grupo económico. Adicionalmente, para além dos estabelecimentos do comércio a retalho alimentar, passou a incidir também sobre os do retalho não alimentar, bem como sobre os estabelecimentos do comércio grossista. Nessa sequência, o inquérito em 2000 e em 2001 adoptou este conceito de UCDR, tendo contudo sido suspensa a sua realização no ano de 2003.

Quando o INE decidiu reactivar o inquérito em 2005, apesar de já não se encontrar em vigor a legislação que introduziu o conceito de UCDR, o mesmo foi mantido, por se entender que continua 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.

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

INTRODUCTION

In this publication, Statistics Portugal disseminates the main statistical findings resulting from the “Trade Establishments Survey – Large-sized Commercial Units”, covering all Mainland establishments for the year 2006.

The “Trade Establishments Survey” started in 1993, surveying large food retail establishments with a total retail surface of 2 000 m² or more, and food retail establishments with a total retail surface of 1 000 m² or more, in case they were situated within regions with less than 30 000 inhabitants (according to the law published on 26th April of 1995 - DL n.º 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.º 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, Statistics Portugal 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 remained valid for statistical purposes, in spite of changes in the legislation. The stability in terms of statistical series as well as data not being conditioned by legislation changes is also considered as an advantage. We hope that, by doing so, statistical data may cover different dimensions of the same reality, meeting the users’ needs.

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**

...	=	Valor confidencial
x	=	Valor não disponível
ϑ	=	Valor inferior a metade do módulo da unidade utilizada
//	=	Não aplicável
⊥	=	Quebra de série / comparabilidade
f	=	Valor previsto
P _e	=	Valor preliminar
P _o	=	Valor provisório
R _c	=	Valor rectificado
R _v	=	Valor revisto
§	=	Valor com coeficiente de variação elevado

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

SIGLAS E ABREVIATURAS

AEV	=	Área de Exposição e Venda
CAE	=	Classificação das Actividades Económicas Revisão 2.1
NUTS	=	Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos
nº	=	Número
n. e.	=	Não especificado
€	=	Euros
VVN	=	Volume de Negócios
m ²	=	Metros quadrados

ÍNDICE

Síntese de Resultados	3
Summary	5
Nota Introdutória/Introduction	7
Simbologia	8
 1. Análise de Resultados	 11
1.1 Resultados Globais	13
1.2 Análise Sectorial	16
1.2.1 Comércio a retalho	16
1.2.1.1 Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar	18
1.2.1.1.1 Caracterização dos estabelecimentos	18
1.2.1.1.2 Volume de vendas e outras variáveis relacionadas	20
1.2.1.2 Comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar	23
1.2.1.2.1 Caracterização dos estabelecimentos	23
1.2.1.2.2 Volume de vendas e outras variáveis relacionadas	26
1.2.2 Comércio por grosso	28
1.2.2.1 Caracterização dos estabelecimentos	28
1.2.2.2 Volume de Vendas e outras variáveis relacionadas	29
 2. Quadros de Resultados	 31
 3. Metodologia, Conceitos, Nomenclaturas e Classificações	 55
 4. Instrumentos de Notação.....	 65



1. Análise de Resultados

1.1 RESULTADOS GLOBAIS

Em 2006 os estabelecimentos abrangidos pelo conceito de “unidade comercial de dimensão relevante” totalizavam 2 230, mais 9% do que em 2005. Esta situação decorre da variação positiva verificada no número de unidades retalhistas. Por oposição, de 7,3% no retalho alimentar ou com predominância alimentar⁵ e de 13,1% no retalho não alimentar ou sem predominância alimentar⁶, já que o número de unidades grossistas registou uma descida de 1,7%. À semelhança dos anos anteriores, a importância relativa dos subsectores do comércio manteve-se inalterada quer em termos de número de estabelecimentos, quer em termos de volume de vendas. Dos estabelecimentos em actividade, o comércio a retalho alimentar continua a liderar ao representar 57,8% do total, seguido do comércio a retalho não alimentar com 36,9% e do comércio por grosso, com 5,3% do total de estabelecimentos.

Quadro I

UCDR - Principais indicadores					
2006					
Variáveis/Indicadores	Unidade	Total (Continente)	Comércio a retalho		Comércio por grosso
			Alimentar ou com predominância alimentar	Não alimentar ou sem predominância alimentar	
Nº de estabelecimentos	nº	2 230	1 290	822	118
Área de Exposição e Venda					
Total	m ²	2 700 894	1 462 034	822 063	416 797
Média	m ²	1 211	1 133	1 000	3 532
Nº de Pessoas ao Serviço					
Total	nº	83 259	54 947	22 090	6 222
Do qual:					
A tempo completo	nº	62 411	40 089	16 382	5 940
Do género feminino	nº	58 111	40 861	14 619	2 631
Média por estabelecimento	nº	37	43	27	53
Nº de horas abertos ao público					
Total	h	9 485 854	5 333 767	3 720 989	431 098
Média anual por estabelecimento (a)	h	4 254	4 135	4 527	3 653
Média diária por estabelecimento	h	12	11	13	10
Volume de Negócios	10 ³ €	14 127 614	8 925 386	3 285 855	1 916 372
Volume de Vendas					
Total	10 ³ €	14 060 641	8 909 549	3 263 303	1 887 789
Média por estabelecimento	10 ³ €	6 305	6 907	3 970	15 998
Média por m ² de AEV	€	5 206	6 094	3 970	4 529
Remunerações Ilíquidas					
Total	10 ³ €	804 146	508 891	215 808	79 446
Média anual por pessoa ao serviço (a)	€	10 498	10 622	9 943	13 002
Média mensal por pessoa ao serviço	€	750	759	710	929
Nº de transacções					
Total	nº	665 934 458	547 967 147	104 470 776	13 496 535
Média por estabelecimento	nº	298 625	424 781	127 093	114 377
Média por m ² de AEV	nº	247	375	127	32
Volume de Vendas Médio por transacção	€	21	16	31	140

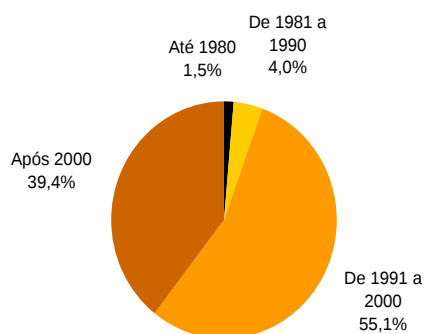
(a) - Tomando como base o funcionamento de todos os estabelecimentos durante um ano completo.

⁵ Não inclui IVA

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

Figura 1

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



Por ano de abertura dos estabelecimentos, verifica-se que 55,1% entraram em actividade no período compreendido entre os anos de 1991 e 2000, depois de 2000 abriram 39,4% dos estabelecimentos e apenas 5,5% haviam entrado em funcionamento antes de 1991.

Nestes estabelecimentos, o volume de negócios realizado ascendeu a 14 128 milhões de euros, tendo o volume de vendas representado 99,5% deste total.

Face a 2005 o volume de negócios total apresenta um crescimento de cerca de 9% em resultado da performance do comércio a retalho alimentar (+7,8%)

e não alimentar (+21,4%, em parte associado ao considerável aumento no respectivo número de estabelecimentos). Em contrapartida, os estabelecimentos do comércio por grosso apresentaram um decréscimo no volume de negócios de 3,2%, que se justifica em parte pelo decréscimo verificado no número de estabelecimentos.

No que se refere ao volume de vendas em 2006, a estrutura dos subsectores manteve-se semelhante: 63,4% do total teve origem no retalho alimentar, 23,2% no retalho não alimentar e 13,4% no comércio por grosso. Face a 2005, continuam a verificar-se perdas de importância relativa do comércio por grosso (-1,6 p.p.) e do retalho alimentar (-0,8 p.p.), em favor do retalho não alimentar (+2,4 p.p.).

Relativamente ao número de transacções efectuadas verifica-se um aumento de 7,5% face a 2005, para o qual todos os subsectores contribuíram. O retalho alimentar foi o principal responsável pelo volume de transacções efectuadas, representando 82,3% do total e as UCDR grossistas, como habitualmente, foram as que apresentaram menor importância relativa (2%).

Figura 2

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

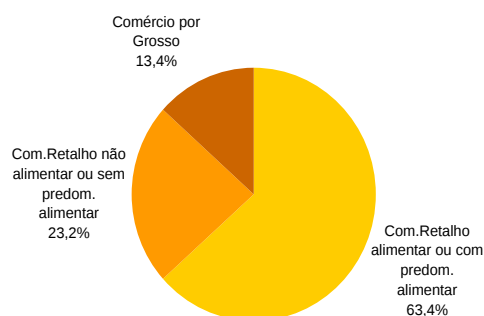
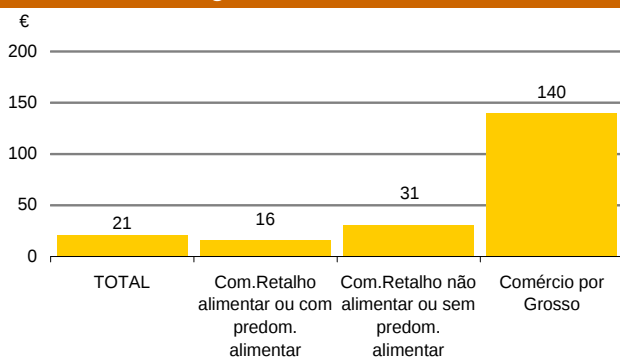


Figura 3

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



No que diz respeito ao valor médio das transacções (volume de vendas médio por transacção⁷), assiste-se a um cenário oposto, já que este valor assume um valor mais relevante no comércio por grosso (140€), seguido pelo do retalho não alimentar (31€) e pelo do retalho alimentar (16€), valores muito semelhantes aos verificados em 2005.

Estas diferenças estão relacionadas com as especificidades que caracterizam a actividade retalhista, por um lado, e a actividade grossista, por outro: a primeira direccionada para o consumidor final, cujas transacções envolvem predominantemente

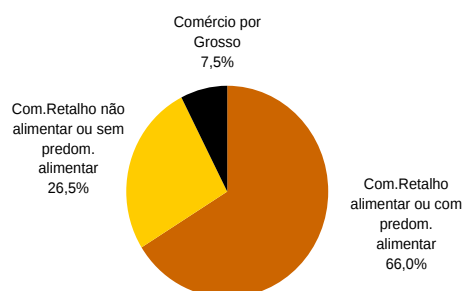
menores quantidades de cada produto, de valor inferior e com maior frequência, a segunda direccionada essencialmente para a revenda, em que as respectivas transacções envolvem habitualmente quantidades elevadas de cada produto, implicando um maior valor associado e ocorrendo normalmente com menor frequência.

⁷ Não inclui IVA

Para o conjunto dos estabelecimentos das UCDR, o número de pessoas ao serviço é de 83 259 (+9,2% face a 2005), destacando-se a preponderância do sector do comércio a retalho alimentar, o qual representou 66% do total. Salienta-se o aumento verificado no pessoal ao serviço do retalho não alimentar de 15,7%, seguido do retalho alimentar com um acréscimo de 8,7%. Por oposição, o número de pessoas ao serviço nas unidades grossistas apresentou um decréscimo de 5,8%. Estas variações no número de pessoas ao serviço ocorreram no mesmo sentido da variação do número de estabelecimentos em cada um dos subsectores.

Figura 4

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



Do total de pessoas ao serviço, 69,8% são mulheres e, face a 2005, assistiu-se ao reforço da sua importância no retalho não alimentar (+20%) e no retalho alimentar (+9,1%), tendo nas unidades grossistas apresentado uma redução de 7,3%. Por sector, as mulheres continuam a ser minoritárias no comércio por grosso representando 42,3% do total, ao passo que no comércio retalhista a sua importância relativa é muito acentuada: 72%.

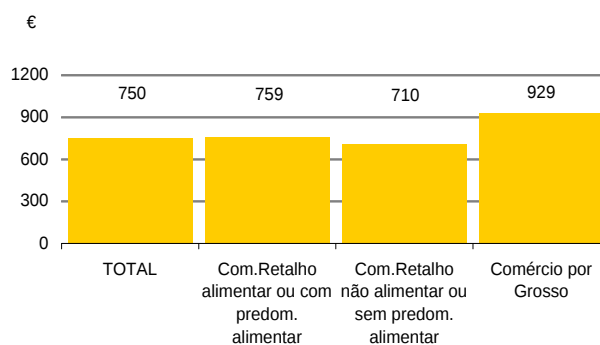
Em relação ao ano anterior, o pessoal a tempo completo viu a sua importância diminuir 1,1 p.p. representando, em 2006, 75% do total do pessoal ao serviço. Para esta diminuição contribuíram todos os subsectores do comércio, principalmente do retalho não alimentar (-1,7 p.p.). O subsector grossista foi o que apresentou maior proporção de pessoas ao serviço a tempo completo (95,5%). Esta percentagem é significativamente inferior, quer no comércio retalhista alimentar, quer no não alimentar, correspondendo a 73% e 74,2%, respectivamente.

Face a 2005 o número médio de pessoas ao serviço por estabelecimento manteve-se em 37 pessoas. Contudo, pela análise de cada subsector, verificou-se que no retalho alimentar aumentou de 42 para 43 e no não alimentar de 26 para 27. Pelo contrário, nas unidades grossistas verificou-se um decréscimo de 55 para 53 pessoas.

As pessoas ao serviço nestes estabelecimentos comerciais auferiram em 2006 um total de 804,1 milhões de euros de remunerações ilíquidas, tendo esta variável apresentado um acréscimo de 8,6%, face a 2005, com o forte contributo do retalho não alimentar (+16,1% do que em 2005), este aumento no total das remunerações ilíquidas está associado ao dinamismo do subsector retalhista que se reflecte quer no aumento do número de estabelecimentos quer no aumento do número de pessoas ao serviço. Nas unidades grossistas as remunerações ilíquidas decresceram 4,3%, apesar do subsector continuar a apresentar a remuneração média mensal⁸ mais elevada (929€), seguida do retalho alimentar (759€) e do retalho não alimentar (710€).

Figura 5

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



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

1.2 ANÁLISE SECTORIAL

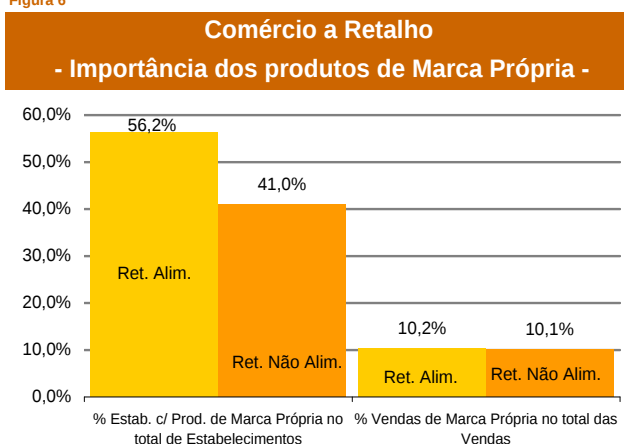
1.2.1 – Comércio a retalho

No comércio a retalho, os 2 112 estabelecimentos dinamizaram um volume de negócios de cerca de 12 211 milhões de euros, dos quais 12 173 milhões corresponderam a volume de vendas. Devido à natureza deste tipo de negócio o contributo das prestações de serviços é superior no retalho não alimentar, representando 0,7% do volume de negócios, enquanto no retalho alimentar apenas representou 0,2%.

As 1 290 unidades do comércio a retalho alimentar, foram responsáveis por 73,2% do volume de vendas do comércio a retalho, sendo igualmente de salientar a supremacia do retalho alimentar no que respeita ao volume de vendas médio, por estabelecimento, que ascendeu a 6,9 milhões de euros, contra cerca de 4 milhões de euros no retalho não alimentar. Em contrapartida, o volume de vendas médio por transacção⁹ é bastante superior no retalho não alimentar (em 2006 fixou-se em 31€). Pelo tipo de produtos predominante em cada um dos subsectores, por um lado, e pelo facto de existir um número médio de transacções por estabelecimento muito superior nas unidades do retalho alimentar, por outro, o volume de vendas médio por transacção atinge nestas últimas um valor bastante mais baixo (16€).

No que se refere à dimensão dos estabelecimentos, enquanto no retalho alimentar se salienta a importância das unidades com dimensão entre 400 m² e 999 m², quer pela concentração de volume de vendas que originam (26,5% do total), quer pela representatividade em número de estabelecimentos (39,5% do total), no retalho não alimentar o maior contributo em termos de volume de vendas tem origem nos estabelecimentos com dimensão entre os 1 000 m² e os 1 999 m² (38,7%) e a representatividade em termos do número de estabelecimentos assume a maior proporção no escalão de dimensão até aos 399 m² (36,1% do total).

Figura 6



A importância relativa dos estabelecimentos com comercialização de produtos de marca própria registou uma perda de 2 p.p. no comércio a retalho alimentar, passando a representar 56,2% do total dos estabelecimentos desse subsector. No comércio a retalho não alimentar verificou-se situação oposta: o número de estabelecimentos com comercialização de produtos de marca própria aumentou 5,6 p.p. fixando-se em 41%.

Quando analisada a parte das vendas que corresponde a produtos de marca própria verifica-se, face a 2005, uma quase estabilização no

comércio a retalho alimentar tendo a proporção de vendas de produtos de marcas próprias no total das vendas baixado de 10,8% em 2005 para 10,2% em 2006. No comércio a retalho não alimentar verifica-se um ligeiro reforço, tendo evoluído de 8,7% para 10,1% no mesmo espaço temporal.

Nas vendas efectuadas em 2006, o recurso a cartões de débito e crédito continua a ser o meio de pagamento mais utilizado representando 49,5% das vendas. O numerário e o cheque corresponderam a 44,9% das vendas totais.

⁹ Não inclui IVA

Comparativamente a 2005, no comércio a retalho alimentar observou-se um aumento da importância relativa da utilização de cartões de crédito em detrimento da utilização de cartões de débito. Situação diferente verificou-se no comércio a retalho não alimentar, em que a importância relativa diminuiu na utilização dos cartões de crédito e manteve-se nos cartões de débito.

O número de pessoas ao serviço nas UCDR retalhistas ascendeu a 77 037 indivíduos e destes, 71,3% trabalhavam no retalho alimentar. O sexo feminino foi o predominante, embora no retalho alimentar de forma mais intensa do que no não alimentar: 74,4% contra 66,2%. A percentagem de pessoas que trabalharam a tempo completo situou-se em 73% no retalho alimentar e 74,2% no retalho não alimentar.

A remuneração média mensal¹⁰ por pessoa no retalho não alimentar foi de 710€, abaixo do verificado no ramo alimentar (759€).

Horas de abertura ao público

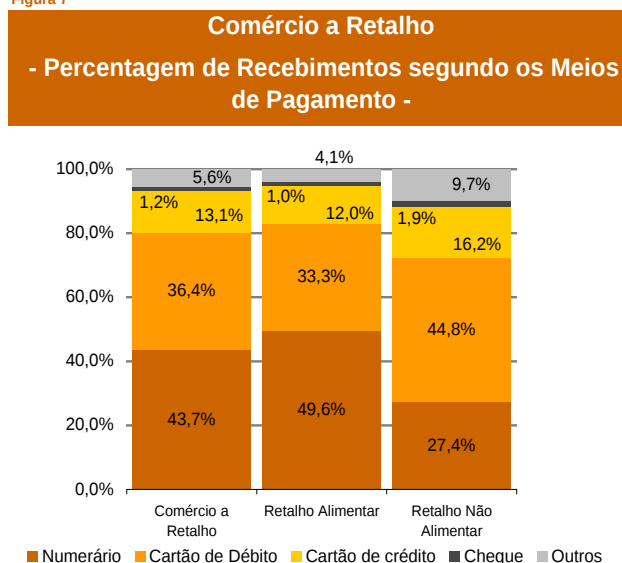
No ano de 2006, cada estabelecimento retalhista esteve aberto ao público em média 4 135 horas no retalho alimentar e 4 527 no retalho não alimentar, o que se traduziu numa média diária de 11 e 13 horas, respectivamente, tendo no último caso aumentado uma hora, face à média verificada em 2005.

Relativamente aos horários de abertura e encerramento¹¹, a situação é semelhante à de 2005, mantendo-se uma maior proporção de estabelecimentos abertos antes das 9h, no caso do retalho alimentar e uma proporção superior de estabelecimentos abertos depois das 21h no retalho não alimentar.

Quanto à localização dos estabelecimentos constata-se que, à semelhança do verificado em 2005, no retalho não alimentar 74% das unidades situam-se em centros comerciais, enquanto que para o retalho alimentar essa percentagem é de 21,4%.

Quando comparado com 2005, o número de estabelecimentos que dispõem de parque de estacionamento aumentou, mantendo-se a esse respeito a primazia das UCDR do retalho alimentar não alimentar: 70,1%, contra 60% do retalho alimentar.

Figura 7



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

¹¹ Considerou-se nesta análise o horário de segunda a quinta-feira, os dias da semana em que os horários de funcionamento são mais directamente comparáveis para a globalidade das unidades

1.2.1.1 – Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar

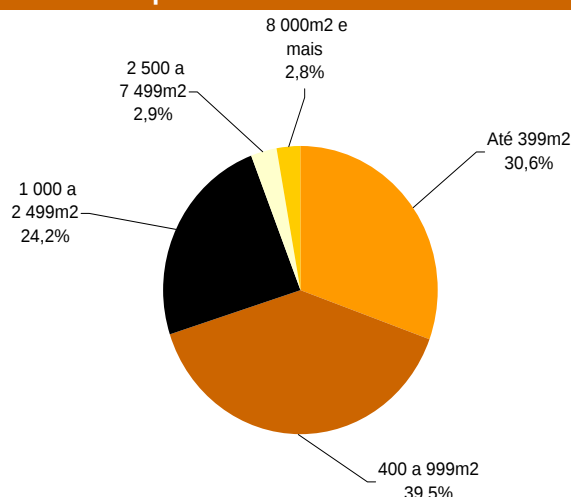
1.2.1.1.1 – Caracterização dos estabelecimentos

Distribuição geográfica

Segundo os dados apurados, os 1 290 estabelecimentos do comércio a retalho alimentar distribuíram-se pelo Continente da seguinte forma: 31,7% em Lisboa, 28,4% no Norte, 21,3% no Centro, 10,1% no Algarve e no Alentejo 8,4%, tendo sido esta última região a que apresentou maior crescimento (comparado com 7,8% em 2005).

Figura 8

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



Em 2006, a Área de Exposição e Vendas (AEV) deste conjunto de unidades atingiu os 1 462 034 m² (+9,2% do que em 2005). A região do Norte manteve a liderança, com 32,5% da superfície total e Lisboa manteve também a segunda posição, com 30,4% da AEV total. A AEV média apresenta, em 2006, o valor de 1 133 m², valor superior aos 1 114 m² registados em 2005.

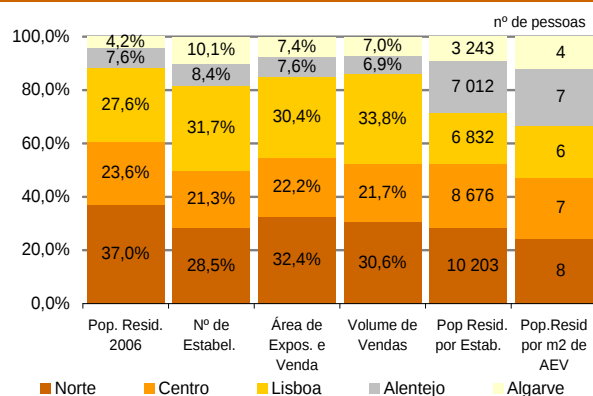
A distribuição destas UCDR segundo os escalões de dimensão, concentra-se fortemente nas dimensões dos escalões mais baixos, já que 70,1% dos estabelecimentos apresentavam uma dimensão abaixo dos 1 000 m².

Por regiões geográficas constata-se que o Norte, detendo a maior proporção da população, acumula igualmente a maior área de exposição e venda e o valor mais elevado de população residente por m² de AEV. Lisboa possui o maior número de estabelecimentos e a maior percentagem do volume de vendas. O Algarve é a região que apresenta o valor mais alto de vendas a retalho por residente, contudo há que salientar a importância da actividade turística nesta região, e o seu forte contributo para o volume de vendas, sendo significativa, para além da população residente, a população flutuante não residente associada ao turismo, que contribui para o volume de vendas verificado nesta região.

residente por m² de AEV. Lisboa possui o maior número de estabelecimentos e a maior percentagem do volume de vendas. O Algarve é a região que apresenta o valor mais alto de vendas a retalho por residente, contudo há que salientar a importância da actividade turística nesta região, e o seu forte contributo para o volume de vendas,

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

O número médio de horas de abertura anual ao público das unidades retalhistas alimentares, foi de 4 135 por estabelecimento (mais 47 horas do que em 2005).

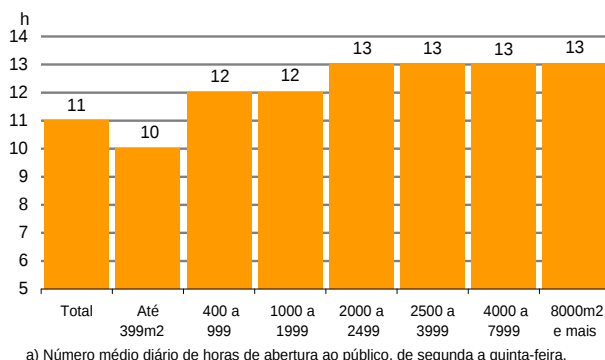
Segundo os dias da semana, verifica-se uma correlação positiva entre a dimensão e o número

de horas de abertura ao público, excepto ao domingo dado que, neste dia da semana, a partir dos 2 500 m² de área de exposição e venda o número médio anual de horas de abertura começa a decrescer, questão associada às restrições legais de abertura desses estabelecimentos aos domingos e feriados excepto em Novembro e Dezembro.

As médias diárias de horas de abertura dos estabelecimentos segundo a sua dimensão, mantiveram-se semelhantes às de 2005, com a excepção da verificada nos estabelecimentos com dimensão entre 2 000 e 2 499 m², nos quais aumentou uma hora.

Figura 10

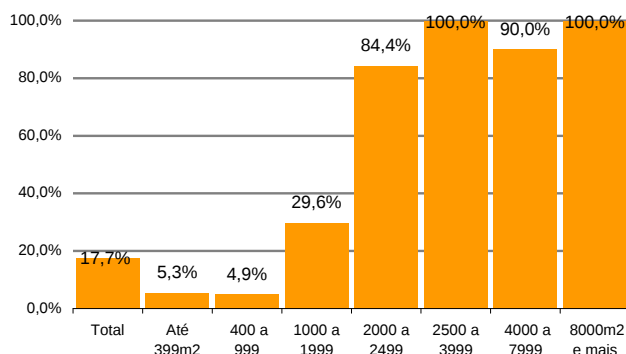
Comércio a Retalho alimentar ou com predominância alimentar
- Número médio diário de horas de abertura ao público, segundo os escalões de AEV - (a)



a) Número médio diário de horas de abertura ao público, de segunda a quinta-feira.

Figura 11

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



Relativamente ao horário de abertura verifica-se que a larga maioria dos estabelecimentos abre antes das 9 horas. Quanto ao horário de encerramento¹², os estabelecimentos com área inferior a 2 000 m² fecham maioritariamente até às 21 horas, enquanto que os de dimensão superior encerram predominantemente após as 21 horas.

Pessoal ao serviço e remunerações

O pessoal ao serviço no comércio a retalho alimentar ascendeu a 54 947 pessoas (+8,7% face a 2005), sendo 74,4% do género feminino. Verifica-se uma correlação positiva entre a

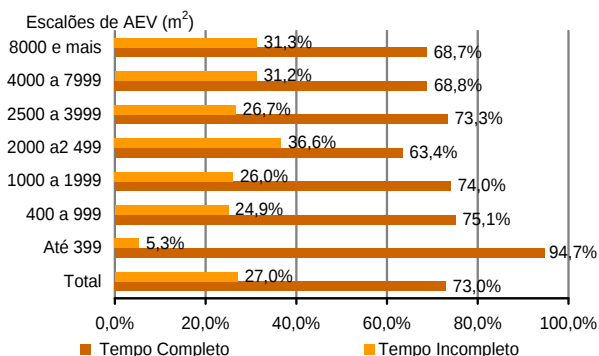
dimensão dos estabelecimentos e o número médio de pessoas que empregam, sendo de 7 pessoas para as unidades inferiores a 400 m² e de 375 para aqueles que dispõem de 8 000 m² e mais. O número médio de pessoas ao serviço, por estabelecimento, situou-se em 43 pessoas, comparado com 42 pessoas em 2005.

Das pessoas ao serviço nestas UCDR, 73% trabalharam a tempo completo. Nas unidades de menor dimensão (Até 399 m²) a percentagem dos que trabalharam a tempo parcial foi de 5,3%, contudo, acima dessa dimensão essa forma de emprego ganha expressão, com o ponto máximo no escalão entre 2 000 e 2 499 m², onde atinge a percentagem de 36,6%.

O total de remunerações pagas ascendeu a 508,9 milhões de euros, o que corresponde a uma remuneração média mensal¹³ de 759€.

Figura 12

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



¹² Considerou-se nesta análise o horário de segunda a quinta-feira, os dias da semana em que os horários de funcionamento são mais directamente comparáveis para a globalidade das unidades

¹³ A remuneração média mensal corresponde à remuneração ilíquida anual por trabalhador dividida por 14 meses

Da análise regional das remunerações médias mensais, assinala-se que o valor mais baixo se regista no Centro (735€) ao passo que no ano passado este tinha sido observado no Norte. O valor mais alto regista-se, à semelhança do ano anterior, no Algarve (799€).

Figura 13

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

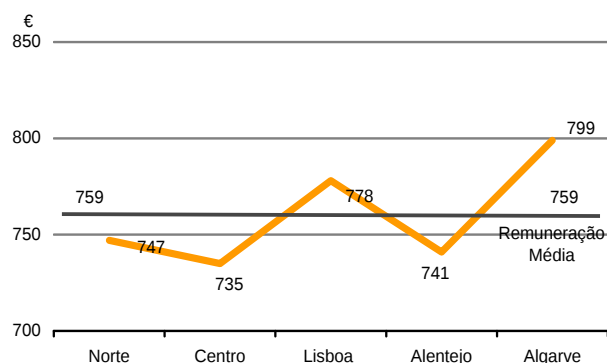
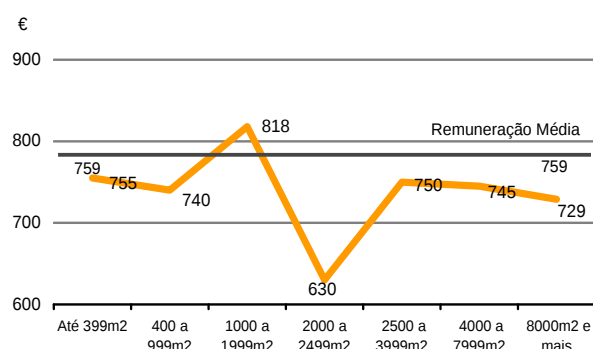


Figura 14

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



Segundo a dimensão dos estabelecimentos, as remunerações médias mensais, à semelhança de 2005, registaram o valor mais baixo nas unidades com AEV entre os 2 000 a 2 499 m² (630€), questão associada à maior proporção de pessoas ao serviço empregadas a tempo parcial nos estabelecimentos deste escalão de dimensão a que correspondem remunerações médias mensais inferiores. O valor mais alto verificou-se nas unidades com AEV entre 1 000 e 1 999 m² (818€).

1.2.1.1.2 – Volume de vendas e outras variáveis relacionadas

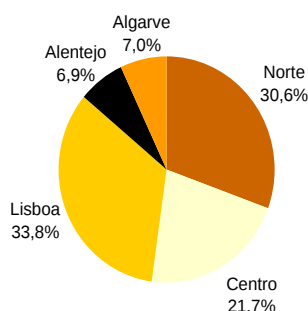
Volume de vendas

No ano de 2006 as unidades do retalho alimentar dinamizaram 8 910 milhões de euros de volume de vendas registando um aumento de 7,7%, face a 2005. O volume de vendas médio por estabelecimento manteve-se semelhante ao registado em 2005: 6,9 milhões de euros.

Relativamente ao número de transacções verificaram-se mais 38 milhões de transacções em relação ao ano anterior, situando-se em 548 milhões de transacções, o que se traduziu num volume de vendas médio por transacção¹⁴ de 16€, também semelhante ao registado em 2005.

Figura 15

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



¹⁴ Não inclui IVA

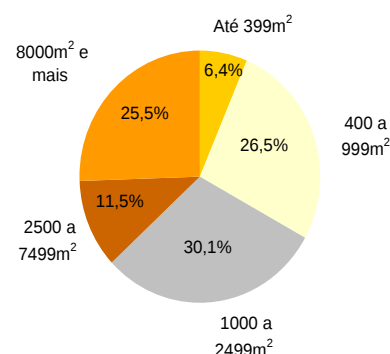
Lisboa e Norte foram as regiões com maior concentração de estabelecimentos e volume de vendas, seguidas do Centro e, com menor expressão, do Algarve e o Alentejo.

Os estabelecimentos com dimensões de AEV abaixo dos 2 000 m² corresponderam a 91,8% do total das unidades e geraram 58,3% do volume de vendas do comércio a retalho alimentar.

Os estabelecimentos incluídos no escalão até 399 m² constituíram 30,6% do total das unidades em causa mas respondem apenas por 6,4% do volume de vendas, situação inversa se verifica nas unidades acima de 7 999 m², que representaram apenas 2,8% do total dos estabelecimentos originando 25,5% do volume de vendas gerado no sector. Assim, o volume de vendas médio por estabelecimento apresenta-se crescente à medida que aumenta a área dos estabelecimentos, sendo o volume de vendas médio no escalão mais elevado, cerca de 44 vezes superior, ao do escalão mais baixo.

Figura 16

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

2006

Escalões de AEV	Volume de Vendas médio por estabelecimento (a) €	Volume de Vendas médio por m ² de AEV (a) €	Número médio de transacções por estabelecimento nº	Volume de Vendas médio por transacção (a) €
Total (Continente)	6 906 627	6 094	424 781	16
Até 399 m ²	1 434 910	6 074	214 580	7
De 400 a 999 m ²	4 643 465	6 103	345 376	13
De 1 000 a 1 999 m ²	8 080 792	5 655	509 632	16
De 2 000 a 2 499 m ²	12 983 308	6 176	645 839	20
De 2 500 a 3 999 m ²	21 737 282	6 701	903 191	24
De 4 000 a 7 999 m ²	31 494 125	5 957	1 243 843	25
8 000 m ² e mais	63 333 192	6 516	2 303 161	27

(a) - Não inclui IVA.

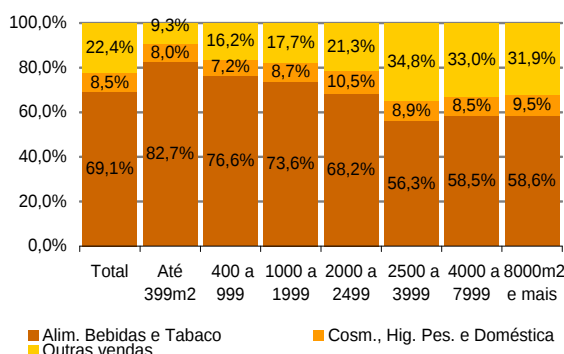
Volume de Vendas por Categoria de Produtos

Do total das vendas do comércio a retalho alimentar 69,1% corresponderam a produtos alimentares, bebidas e tabaco, tendo este valor ascendido a cerca de 6 154 milhões de euros.

Tal como em 2005, a importância relativa das vendas de bens alimentares, bebidas e tabaco apresenta-se inversamente proporcional à dimensão dos estabelecimentos, o que se justifica pela oferta mais diversificada de categorias distintas de produtos,

Figura 17

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



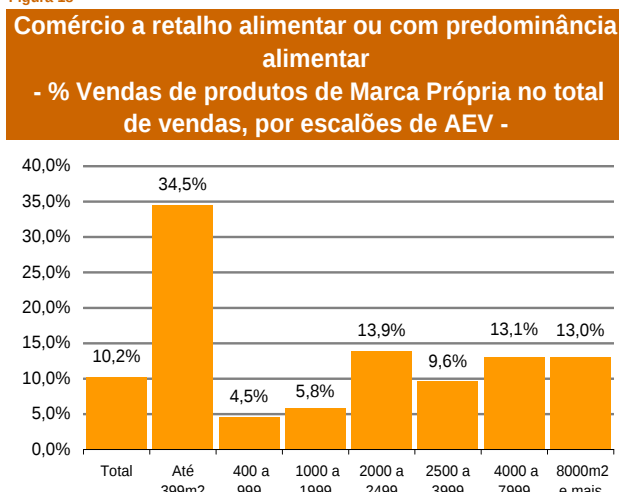
nos estabelecimentos de maior dimensão. Assim, a importância relativa da venda deste tipo de bens é mais elevada nas unidades até 1 999 m² e inferior nos estabelecimentos entre 2 500 e 3 999 m².

Das vendas dos produtos alimentares, os lacticínios (Leite e seus derivados e ovos), carne e produtos à base de carne e frutos e produtos hortícolas, foram os mais importantes, já que representaram 11,9%, 9,4% e 7,8%, respectivamente, do volume de vendas. De entre os produtos não alimentares, destacam-se os produtos de cosmética e de higiene pessoal, com 8,5%, os produtos de limpeza e similares para uso doméstico com 4,5% e o mobiliário e outros artigos para uso doméstico, com 3,3%.

Produtos de marca própria

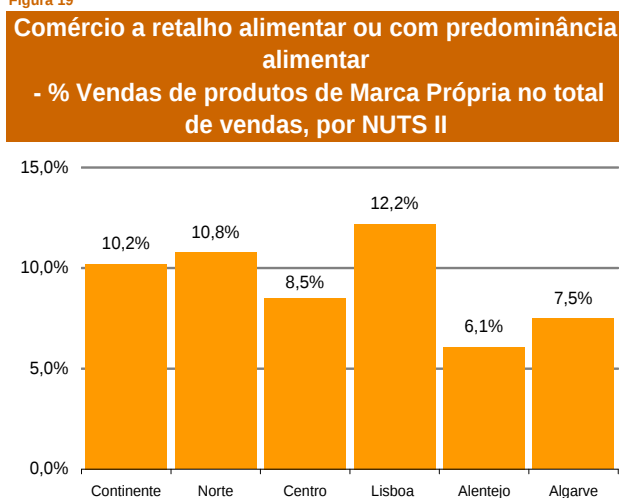
Nas unidades do retalho alimentar, 56,2% dos estabelecimentos comercializou produtos de marca própria, tendo o respectivo volume de vendas representado 10,2% do volume de vendas desses estabelecimentos.

Figura 18



Em 2006, assistiu-se a um aumento significativo do número de estabelecimentos com dimensão entre os 2 000 e os 2 499 m² que comercializam produtos de marca própria resultando uma subida da importância relativa destes produtos no total do volume de vendas, (representaram 13,9% do total), superando assim a importância relativa existente nos estabelecimentos dos últimos escalões, ao contrário do verificado em 2005. As vendas de produtos de marca própria continuam a assumir grande relevo nas unidades de menor dimensão (Até 399 m²), onde representaram 34,5% do total das vendas.

Figura 19



Por regiões, a venda de produtos de marca própria continua a assumir maior importância nas regiões de Lisboa e do Norte, 12,2% e 10,8%, respectivamente. Segue-se o Centro (com 8,5% do total), o Algarve (com 7,5%) e o Alentejo (com 6,1%).

Meios de pagamento

No retalho alimentar, verifica-se uma alteração do meio de pagamento mais utilizado: os cartões de crédito e de débito, que representam 45,3% do total, deixaram a primazia para os meios de pagamento mais tradicionais: numerário e cheque, já que estes foram usados em 50,7% das vendas realizadas.

O numerário, sendo o meio de pagamento mais tradicional, foi o mais utilizado nas transacções das unidades de menor dimensão (77,2%) e o menos utilizado nas transacções das unidades maiores: 29,8%.

Comportamento oposto surge na utilização dos cartões de crédito e de débito, que vai crescendo com a dimensão das unidades de venda: nos estabelecimentos de 8 000 m² e mais são utilizados em 60,3% das vendas realizadas.

Em 2006, mais uma vez se verificou a tendência para o desuso do cheque (1% face a 1,6% em 2005), já que a sua importância baixou nos estabelecimentos de todas as dimensões.

Os outros meios de pagamento, que no total representam 4%, dizem respeito à disponibilização de cartões próprios das empresas ou estabelecimentos, designadamente os cartões de desconto, sendo este meio de pagamento mais expressivo nos estabelecimentos dos dois escalões de maior dimensão.

Por regiões, há a salientar uma maior utilização de cartões de débito e crédito (47,9%) em Lisboa e uma maior utilização de numerário no Algarve (56%).

1.2.1.2 Comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar

1.2.1.2.1 – Caracterização dos estabelecimentos

Em 2006, estiveram em actividade 822 UCDR no comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar. O número de estabelecimentos no subsector não alimentar aumentou significativamente face a 2005: 13,1%, tendo sido as regiões do Alentejo e Algarve que apresentaram o maior crescimento. As regiões do Norte, Lisboa e Centro concentram 86,6% do total das UCDR do retalho não alimentar.

Figura 20

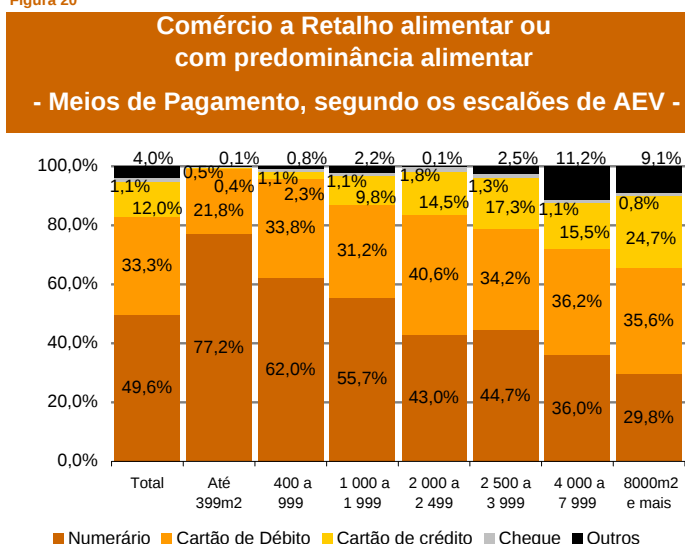


Figura 21

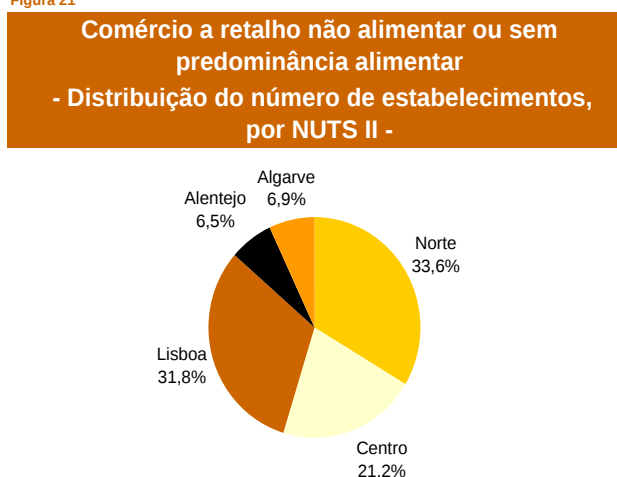
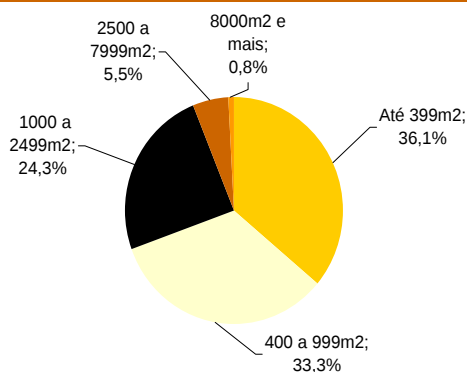


Figura 22

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

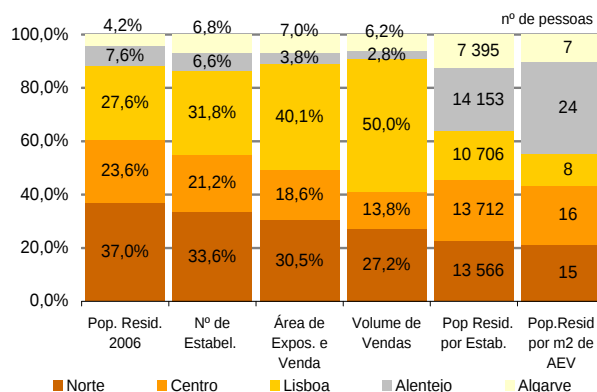


A área de exposição e venda relativa às unidades do retalho não alimentar atingiu 822 063 m², a que correspondeu uma AEV média de 1000 m² (+5,6% do que em 2005). A região de Lisboa concentrou em 2006, 40,1% do total de AEV existente no Continente, seguida do Norte com 30,5%.

Por escalões de AEV, observa-se maior concentração de estabelecimentos nos escalões com dimensão inferior a 2 000 m², representando 91,1% do total.

Figura 23

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



Da análise do quadro que compara a população residente com outros indicadores relativos ao comércio a retalho não alimentar, constata-se que as regiões de Lisboa e Algarve apresentam o menor número de habitantes por estabelecimento e por m² de Área de Exposição e Venda, no entanto Lisboa destaca-se por concentrar a maior proporção do volume de vendas do subsector retalho não alimentar, detendo também a primazia no que respeita às vendas a retalho por residente.

Horas de abertura ao público

O número médio de horas de abertura dos estabelecimentos de retalho não alimentar foi de 4 527 em 2006. À excepção dos estabelecimentos do escalão de 400 a 999 m² que apresentam uma média diária superior a 13 horas, a média diária para os outros escalões situou-se em 12 horas.

Relativamente aos horários de abertura verificou-se que 58,5% dos estabelecimentos abrem depois das 9 horas. Quanto ao horário de encerramento¹⁵, 79,7% dos estabelecimentos encerram depois das 21 horas.

Observando o horário de abertura por escalões de dimensão dos estabelecimentos, até aos 7 999 m² constata-se que o número de estabelecimentos que abrem depois das 9 horas vai diminuindo à medida que o escalão da AEV vai aumentando.

Pessoal ao serviço e remunerações

No ano em análise 22 090 pessoas trabalharam nas UCDR de retalho não alimentar. Deste total 66,2% eram do sexo feminino.

Do total do pessoal ao serviço, 74,2% trabalha a tempo completo e os valores observados para as diferentes regiões, à excepção do Algarve, não se afastam substancialmente da média indicada. No caso do Alentejo e do Algarve, esta percentagem foi um pouco superior: 78,4%.

As remunerações pagas neste subsector ascenderam a 215,8 milhões de euros e correspondem a uma remuneração média mensal¹⁶ de 710€ (714€ em 2005).

Figura 26

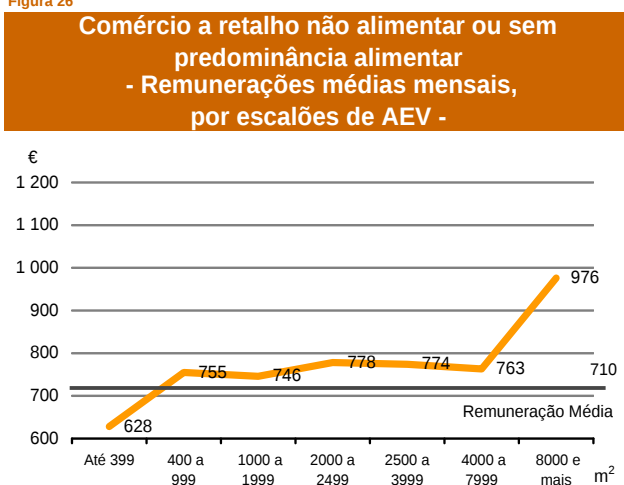


Figura 24

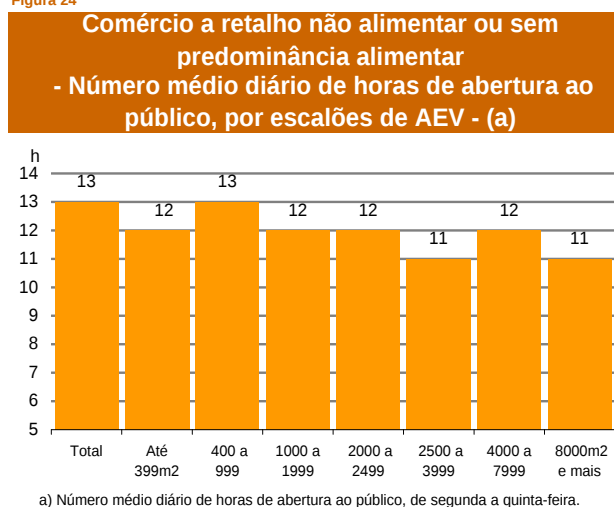
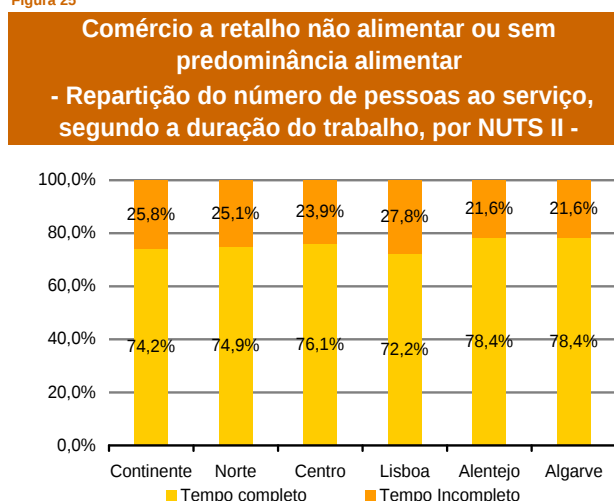


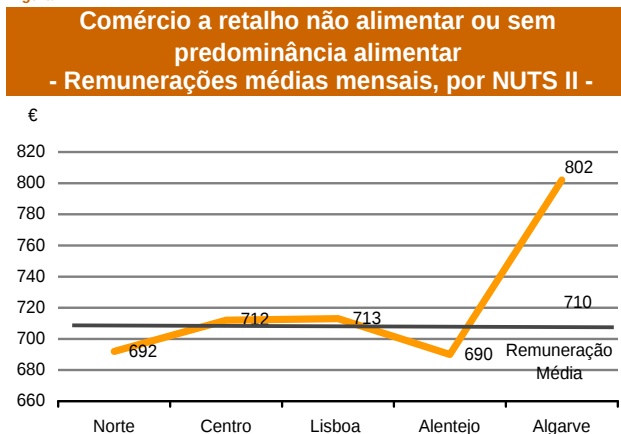
Figura 25



¹⁵ Considerou-se nesta análise o horário de segunda a quinta-feira, os dias da semana em que os horários de funcionamento são mais directamente comparáveis para a globalidade das unidades

¹⁶ A remuneração média mensal corresponde à remuneração ilíquida anual por trabalhador dividida por 14 meses

Figura 27



A remuneração média mensal mais baixa observou-se nos estabelecimentos com a AEV até aos 399 m² de dimensão (628€) e a mais elevada nas unidades com 8 000 e mais m² (976€).

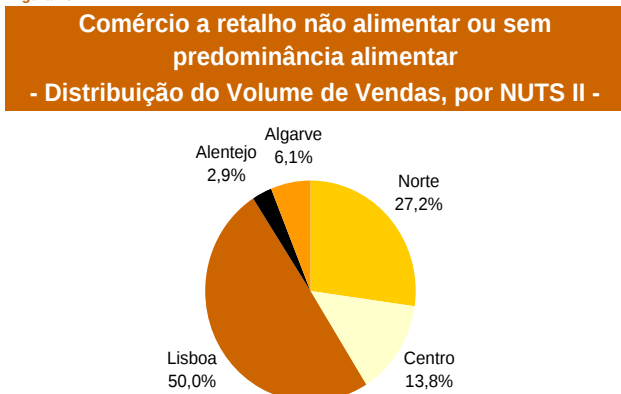
Ao contrário do que aconteceu em 2005, o Algarve passou a ser a região onde a remuneração média mensal¹⁷ foi mais alta, por outro lado o valor mais baixo verificou-se no Alentejo, tendo associada uma amplitude máxima na variação das remunerações médias de 112€, tendo-se acentuado, face a 2006, a variabilidade de remunerações entre as regiões.

1.2.1.2.2 – Volume de vendas e outras variáveis relacionadas

Volume de vendas

As UCDR de retalho não alimentar geraram 3 263,3 milhões de euros de volume de vendas. Este indicador apresenta um crescimento de 21,4% face a 2005, e deriva, em grande parte, conforme já referido, do aumento do número de estabelecimentos (+13,1%), já que o aumento do volume de vendas médio por estabelecimento (7,4%) é comparativamente mais moderado.

Figura 28

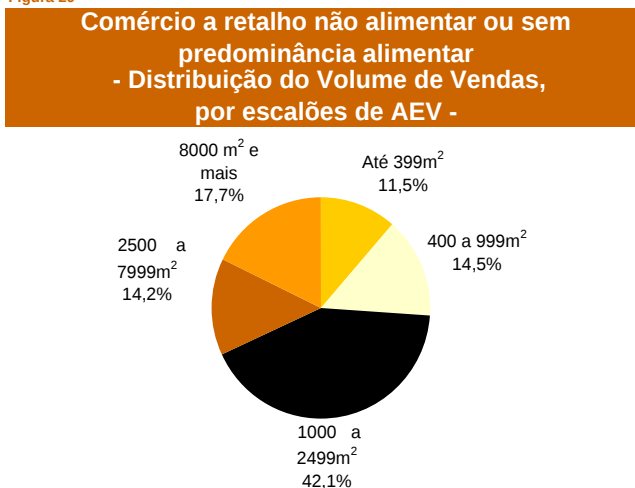


Na distribuição espacial do volume de vendas destas UCDR, observa-se uma forte concentração em Lisboa, seguida do Norte, representando estas duas regiões mais de dois terços do volume de vendas global do subsector (77,2%). Constata-se que o retalho não alimentar apresenta nestas duas regiões uma concentração de volume de vendas mais acentuada do que o retalho alimentar (no qual estas regiões concentram 64,4% do total do volume de vendas).

No que se refere à distribuição do volume de vendas por escalões de AEV constata-se que os estabelecimentos de dimensão intermédia, entre 1 000 e 1 999 m², geraram 38,7% do total de volume de vendas, embora correspondam apenas a 21,7% dos

Este volume de vendas resultou de cerca de 104 milhões de transacções, a que corresponde um volume de vendas médio, por transacção¹⁸, de 31€ (28€ em 2005). Quando observado por regiões, o volume de vendas médio oscila entre os 33 em Lisboa e os 24 euros no Alentejo.

Figura 29



¹⁷ A remuneração média mensal corresponde à remuneração média anual dividida por 14 meses

¹⁸ Não inclui IVA

estabelecimentos. Os estabelecimentos de dimensão inferior a 1 000 m², correspondendo a cerca de 69,4% do total de estabelecimentos, são apenas responsáveis por 26% do volume de vendas. Por oposição, os estabelecimentos com dimensão superior a 7 999 m² representaram apenas 0,7% das UCDR do retalho não alimentar e contribuíram com 17,7% para o total do volume de vendas do subsector.

De 2005 para 2006 acentuou-se a concentração do volume de vendas nos estabelecimentos pertencentes aos escalões de maior dimensão: em 2005 os escalões com mais de 2 000 m² originavam 29,2% do volume de vendas, enquanto em 2006 contribuíram para 35,2% do total.

Quadro III

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

2006

Escalões de AEV	Volume de Vendas médio por estabelecimento (a)	Volume de Vendas médio por m ² de AEV (a)	Número médio de transacções por estabelecimento	Volume de Vendas médio por transacção (a)
	€	€	nº	€
Total (Continente)	3 969 956	3 970	127 093	31
Até 399 m ²	1 266 343	5 204	76 417	17
De 400 a 999 m ²	1 729 648	2 996	63 697	27
De 1 000 a 1 999 m ²	7 095 601	4 814	202 454	35
De 2 000 a 2 499 m ²	4 972 477	2 301	151 255	33
De 2 500 a 3 999 m ²	8 109 152	2 457	165 614	49
De 4 000 a 7 999 m ²	17 017 529	3 111	471 941	36
8 000 m ² e mais	96 326 759	5 286	2 355 863	41

(a) - Não inclui IVA.

De acordo com os resultados anteriormente expostos são os estabelecimentos com dimensão entre a 2 500 e 3 999 m² que registam um maior volume de vendas médio por transacção¹⁹ (49 €). O valor médio das transacções está directamente relacionado com o tipo de bens predominantemente vendido nos estabelecimentos, dificultando eventuais interpretações sobre as diferenças observadas no volume de vendas médio por estabelecimento, em cada um dos escalões de dimensão.

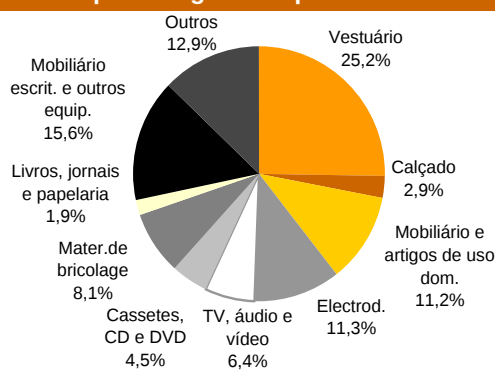
Volume de vendas por categoria de produtos

Quanto à estrutura do volume de vendas por categoria de produtos, o vestuário e o mobiliário de escritório, continuam, à semelhança do que aconteceu em 2005, a ser as categorias de produtos com maior expressão, responsáveis por 25,2% e 15,6% respectivamente do volume de vendas. Em termos de variações homólogas verificam-se os maiores aumentos nos Materiais de bricolage e Electrodomésticos, tendo-se registado uma variação negativa de 26,9% na rubrica dos Livros, jornais e artigos papelaria.

Observando o volume de vendas por escalões de dimensão, a situação mantém-se semelhante à de 2005: sobressai a importância das vendas de vestuário, em particular, nos estabelecimentos de

Figura 30

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

¹⁹ Não inclui IVA

menor dimensão (até 399 m²), que concentram 65,4% do volume de vendas. Nas unidades de maior dimensão (a partir de 1 999 m²) destaca-se o mobiliário e outros artigos para uso doméstico que representam 26,9% do volume de vendas.

Em 2006 continua a ser evidente a maior expressão das vendas de vestuário em todas as regiões do Continente, variando a proporção entre 23,1% no Centro e 28,6% no Alentejo. Em segundo lugar, surge a categoria de mobiliário, maquinaria e outros equipamentos para escritório, computadores e material óptico, fotográfico e de telecomunicações nas regiões de Lisboa, Alentejo e Algarve, enquanto que no Norte e Centro esta posição foi assegurada pelos Electrodomésticos.

Produtos de marca própria

Das unidades retalhistas não alimentares, apenas 41% comercializaram produtos de marca própria que representaram 10,1% do total do volume de vendas.

Meios de pagamento

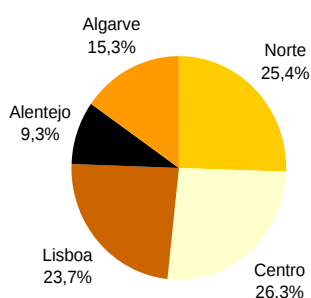
Nas UCDR do retalho não alimentar, os meios de pagamento utilizados são maioritariamente os cartões de débito e de crédito, representando 61% das vendas. Os meios de pagamento tradicionais, numerário e cheque apenas são utilizados em 29,3% dos casos. Nos estabelecimentos com dimensão a partir de 8 000 m² o meio de pagamento “Outros” apresenta uma proporção muito considerável: 26,1%, afigurando-se que esta situação contempla a emissão de cartões próprios de empresas ou estabelecimentos, designadamente os cartões de desconto.

1.2.2 Comércio por grosso

Neste capítulo não se efectua uma comparação sistemática com os resultados do comércio a retalho em virtude das especificidades de cada subsector. As unidades grossistas caracterizam-se principalmente pela comercialização de produtos direccionados a empresas e empresários em nome individual, distanciando-se do consumidor final.

Figura 31

Comércio por grosso - Distribuição do número de estabelecimentos, por NUTS II -



1.2.2.1 Caracterização dos estabelecimentos

O número de estabelecimentos de comércio por grosso em 2006 ascendia a 118, menos 2 do que em 2005. Por localização geográfica, encontra-se a maior concentração no Centro, Norte e Lisboa, num total de 89 estabelecimentos.

A área de exposição e venda dos estabelecimentos grossistas totalizou cerca de 416,8 mil m² com uma média por estabelecimento de 3 532 m², valor ligeiramente superior ao verificado em 2005 (3 485 m²).

À semelhança do verificado no ano anterior, em 2006 são os escalões de dimensão entre 1 000 e 7 999 m² aqueles que concentram um maior número de UCDR de comércio por grosso representando cerca de 80% dos estabelecimentos, sendo os escalões com áreas de exposição e vendas compreendidas entre 1 000 e 2 999 m², que concentram maior número de estabelecimentos.

Pessoal ao serviço e remunerações

O número de pessoas ao serviço nas unidades em análise situa-se em 2006 em 6 222 pessoas (-5,8% do que em 2005), na sua maioria homens, que representam cerca de 58% do total.

O número médio de pessoas ao serviço por unidade é de 53, sendo de salientar que 95,5% dos trabalhadores exercem o seu trabalho a tempo completo. Os estabelecimentos com mais de 8 000 m² apresentam uma proporção de trabalhadores a tempo parcial ligeiramente superior aos restantes (12%).

O menor dinamismo do subsector grossista, traduzido pelo decréscimo do número de estabelecimentos e acompanhado por uma redução no pessoal ao serviço reflectiu-se igualmente através da redução de 4,3% no total das remunerações ilíquidas face a 2005, tendo o valor ascendido a cerca de 79 milhões de euros. A remuneração média anual²⁰, por pessoa foi de 13 002€ e a remuneração média mensal²¹ fixou-se em 929€, correspondendo a acréscimos de 6,4% em relação ao ano anterior.

Por regiões verifica-se que em todas elas se registou um aumento da remuneração média mensal, sendo a do Algarve, à semelhança do verificado em 2005, a que tem associada a remuneração média mensal mais elevada, de 993€.

Figura 32

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

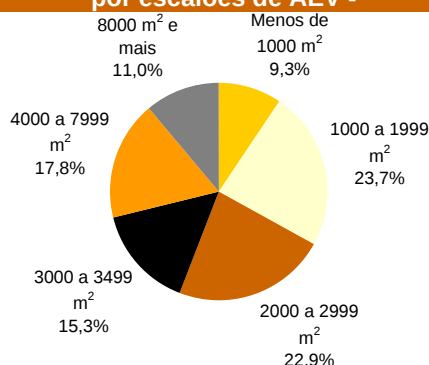


Figura 33

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

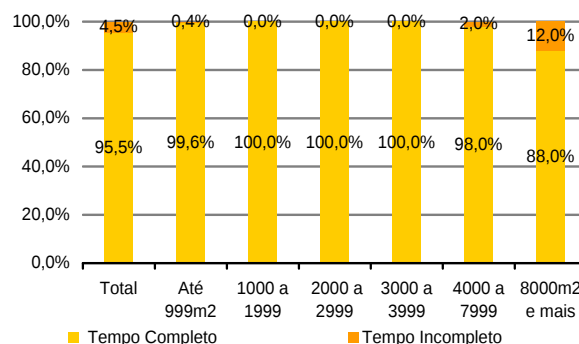
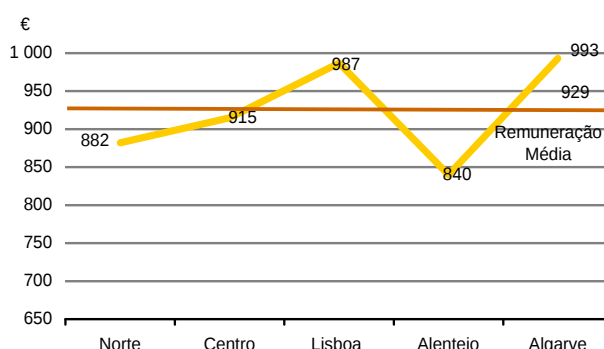


Figura 34

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



1.2.2.2 Volume de Vendas e outras variáveis relacionadas

Volume de Vendas

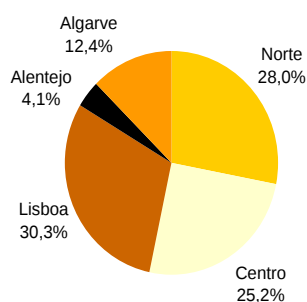
Nas UCDR grossistas o volume de vendas ascendeu a 1 887,8 milhões de euros (-2,7% que em 2005), resultante de 13,5 milhões de transacções. Por estabelecimento, verificou-se uma média de 114 377 transacções, correspondendo cada uma delas, a um volume de vendas médio de 140€.

²⁰ A remuneração média anual tem por referência o funcionamento de todos os estabelecimentos durante um ano completo

²¹ A remuneração média mensal corresponde à remuneração ilíquida anual por trabalhador dividida por 14 meses

Figura 35

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

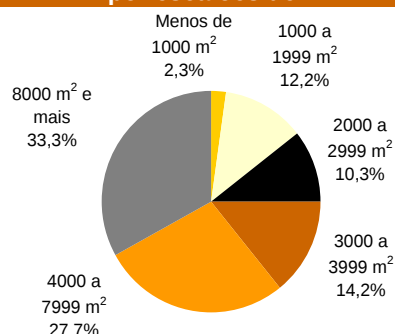


Segundo a distribuição regional, o Volume de Vendas realizado nas UCDR do comércio por grosso concentrava-se nas regiões do Norte, Lisboa e Centro, representando 83,5% do total das vendas, cabendo ao Alentejo e ao Algarve apenas 16,5%.

Observando a distribuição do volume de vendas pelos escalões de AEV, 85,5% é gerado nas unidades acima dos 2 000 m², concentrando-se 61% do volume de vendas nas unidades de dimensão superior a 4 000 m².

Figura 36

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



O valor médio das transacções (volume de vendas médio por transacção²²) nestas unidades é de 140€. Todavia este valor não é homogéneo quando analisado pelos diferentes escalões de AEV, onde o volume de vendas médio mais baixo é apresentado pelos estabelecimentos de dimensão até aos 999 m², com 51€ e o mais elevado, de 235€, nas unidades entre 4 000 e 7 999 m².

Volume de vendas por categorias de produto

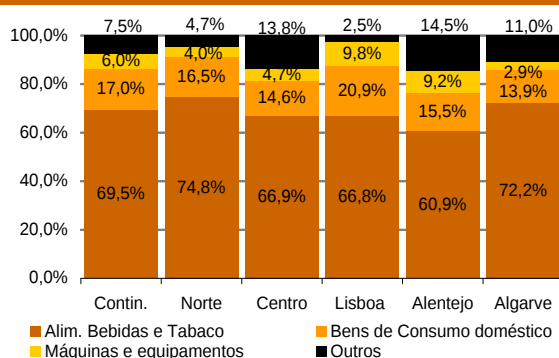
Os produtos alimentares, bebidas e tabaco representam cerca de 70% das vendas das UCDR grossistas, a que se seguem os bens de consumo doméstico que estão na origem de 17% das vendas.

A distribuição do volume de vendas por categoria de produto, mantém essa predominância na maioria das regiões, embora com algumas especificidades, das quais a mais relevante é a maior importância dos bens alimentares, de bebidas e tabaco no Norte e no Algarve, em contrapartida no grupo dos bens de consumo doméstico é Lisboa quem assume a primazia.

Nas vendas dos produtos alimentares, bebidas e tabaco, destacam-se as bebidas com 18,2% do total, seguido de leite e seus derivados, ovos, azeite, óleos e gorduras alimentares com 13,3%. No grupo dos bens de consumo doméstico à excepção da alimentação, bebidas e tabaco (que no seu conjunto equivalem a 17%) ressalta a proporção das categorias “cutelaria, louças em cerâmica e em vidro, papel de parede e produtos de limpeza” e “máquinas e equipamentos”, ambas com 6% do total das vendas.

Figura 37

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



²² Não inclui IVA



2. Quadros de Resultados

Quadro 1

UCDR - Principais indicadores

2006

Variáveis/Indicadores	Unidade	Total (Continente)	Comércio a retalho		Comércio por grosso
			Alimentar ou com predominância alimentar	Não alimentar ou sem predominância alimentar	
Nº de estabelecimentos	nº	2 230	1 290	822	118
Área de Exposição e Venda					
Total	m ²	2 700 894	1 462 034	822 063	416 797
Média	m ²	1 211	1 133	1 000	3 532
Nº de Pessoas ao Serviço					
Total	nº	83 259	54 947	22 090	6 222
Do qual:					
A tempo completo	nº	62 411	40 089	16 382	5 940
Do género feminino	nº	58 111	40 861	14 619	2 631
Média por estabelecimento	nº	37	43	27	53
Nº de horas abertos ao público					
Total	h	9 485 854	5 333 767	3 720 989	431 098
Média anual por estabelecimento (a)	h	4 254	4 135	4 527	3 653
Média diária por estabelecimento	h	12	11	13	10
Volume de Negócios	10 ³ €	14 127 614	8 925 386	3 285 855	1 916 372
Volume de Vendas					
Total	10 ³ €	14 060 641	8 909 549	3 263 303	1 887 789
Média por estabelecimento	10 ³ €	6 305	6 907	3 970	15 998
Média por m ² de AEV	€	5 206	6 094	3 970	4 529
Remunerações Ilíquidas					
Total	10 ³ €	804 146	508 891	215 808	79 446
Média anual por pessoa ao serviço (a)	€	10 498	10 622	9 943	13 002
Média mensal por pessoa ao serviço	€	750	759	710	929
Nº de transacções					
Total	nº	665 934 458	547 967 147	104 470 776	13 496 535
Média por estabelecimento	nº	298 625	424 781	127 093	114 377
Média por m ² de AEV	nº	247	375	127	32
Volume de Vendas Médio por transacção	€	21	16	31	140

(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

2006

Unidade: Nº

NUTS II	Total (Continente)	Comércio a retalho		Comércio por grosso
		Alimentar ou com predominância alimentar	Não alimentar ou sem predominância alimentar	
Total (Continente)	2 230	1 290	822	118
Norte	673	367	276	30
Centro	480	275	174	31
Lisboa	698	409	261	28
Alentejo	174	109	54	11
Algarve	205	130	57	18

Quadro 3

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

2006

Unidade: 10³ €

NUTS II	Total (Continente)	Comércio a retalho		Comércio por grosso
		Alimentar ou com predominância alimentar	Não alimentar ou sem predominância alimentar	
Total (Continente)	14 060 641	8 909 549	3 263 303	1 887 789
Norte	4 144 898	2 728 239	887 889	528 769
Centro	2 856 722	1 930 379	450 705	475 638
Lisboa	5 215 720	3 011 695	1 631 308	572 717
Alentejo	786 745	616 804	92 935	77 007
Algarve	1 056 556	622 432	200 466	233 658

Quadro 4

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

2006

Unidade: Nº

NUTS II	Total (Continente)	Comércio a retalho		Comércio por grosso
		Alimentar ou com predominância alimentar	Não alimentar ou sem predominância alimentar	
Total (Continente)	83 259	54 947	22 090	6 222
Norte	25 342	17 098	6 505	1 739
Centro	16 842	12 022	3 336	1 484
Lisboa	30 104	18 027	10 140	1 937
Alentejo	5 026	4 076	695	255
Algarve	5 945	3 724	1 414	807

Quadro 5

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

2006

Escalões de AEV	Total (Continente)		Comércio a retalho				Comércio por Grosso	
			Alimentar ou com predominância alimentar		Não alimentar ou sem predominância alimentar			
	nº	%	nº	%	nº	%	nº	%
Total (Continente)	2 230	100,0%	1 290	100,0%	822	100,0%	118	100,0%
Até 399 m²	698	31,3%	395	30,6%	297	36,1%	6	5,1%
De 400 a 999 m²	788	35,3%	509	39,5%	274	33,3%	5	4,2%
De 1 000 a 1 999 m²	486	21,8%	280	21,7%	178	21,7%	28	23,7%
De 2 000 a 2 499 m²	73	3,3%	32	2,5%	22	2,7%	19	16,1%
De 2 500 a 3 999 m²	78	3,5%	18	1,4%	34	4,1%	26	22,0%
De 4 000 a 7 999 m²	52	2,3%	20	1,6%	11	1,3%	21	17,8%
8 000 m² e mais	55	2,5%	36	2,8%	6	0,7%	13	11,0%

Quadro 6

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

2006

Escalões de AEV	Total (Continente)		Comércio a retalho				Comércio por Grosso	
			Alimentar ou com predominância alimentar		Não alimentar ou sem predominância alimentar			
	10 ³ €	%	10 ³ €	%	10 ³ €	%	10 ³ €	%
Total (Continente)	14 060 641	100,0%	8 909 549	100,0%	3 263 303	100,0%	1 887 789	100,0%
Até 399 m ²	953 259	6,8%	566 789	6,4%	376 104	11,5%	10 365	0,5%
De 400 a 999 m ²	2 871 214	20,4%	2 363 524	26,5%	473 924	14,5%	33 766	1,8%
De 1 000 a 1 999 m ²	3 756 408	26,7%	2 262 622	25,4%	1 263 017	38,7%	230 769	12,2%
De 2 000 a 2 499 m ²	644 437	4,6%	415 466	4,7%	109 394	3,4%	119 576	6,3%
De 2 500 a 3 999 m ²	1 010 950	7,2%	391 271	4,4%	275 711	8,4%	343 967	18,2%
De 4 000 a 7 999 m ²	1 340 439	9,5%	629 883	7,1%	187 193	5,7%	523 363	27,7%
8 000 m ² e mais	3 483 936	24,8%	2 279 995	25,6%	577 961	17,7%	625 980	33,2%

Quadro 7

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

2006

2000

Escalões de AEV	Total (Continente)		Comércio a retalho				Comércio por Grosso	
			Alimentar ou com predominância alimentar		Não alimentar ou sem predominância alimentar			
	nº	%	nº	%	nº	%	nº	%
Total (Continente)	83 259	100,0%	54 947	100,0%	22 090	100,0%	6 222	100,0%
Até 399 m²	6 475	7,8%	2 825	5,1%	3 586	16,2%	64	1,0%
De 400 a 999 m²	17 329	20,8%	13 335	24,3%	3 799	17,2%	195	3,1%
De 1 000 a 1 999 m²	23 016	27,6%	15 100	27,5%	7 074	32,0%	842	13,5%
De 2 000 a 2 499 m²	4 409	5,3%	3 096	5,6%	831	3,8%	482	7,7%
De 2 500 a 3 999 m²	5 258	6,3%	2 551	4,6%	1 659	7,5%	1 048	16,8%
De 4 000 a 7 999 m²	7 253	8,7%	4 545	8,3%	1 202	5,4%	1 506	24,2%
8 000 m² e mais	19 519	23,4%	13 495	24,6%	3 939	17,8%	2 085	33,5%

Quadro 8

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

2006

Unidade: Nº

Ano de abertura do estabelecimento	Total (Continente)	Comércio a retalho		Comércio por grosso
		Alimentar ou com predominância alimentar	Não alimentar ou sem predominância alimentar	
Total (Continente)	2 230	1 290	822	118
Até 1980	33	12	8	13
De 1981 a 1990	89	62	12	15
De 1991 a 2000	1 229	844	319	66
Após 2000	879	372	483	24

Quadro 9

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

2006

Variáveis/Indicadores	Unidade	Total (Continente)	NUTS II				
			Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
Nº de estabelecimentos	nº	1 290	367	275	409	109	130
Área de Exposição e Venda							
Total	m ²	1 462 034	475 190	324 063	444 129	110 453	108 199
Média	m ²	1 133	1 295	1 178	1 086	1 013	832
Nº de Pessoas ao Serviço							
Total	nº	54 947	17 098	12 022	18 027	4 076	3 724
Do qual:							
A tempo completo	nº	40 089	11 897	9 063	13 075	3 197	2 857
Do género feminino	nº	40 861	12 697	9 234	13 007	3 128	2 795
Média por estabelecimento		43	47	44	44	37	29
Nº de horas abertos ao público							
Total	h	5 333 767	1 575 198	1 143 958	1 662 592	450 657	501 363
Média anual por estabelecimento (a)	h	4 135	4 292	4 160	4 065	4 134	3 857
Média diária por estabelecimento	h	11	12	12	11	11	11
Volume de Negócios	10 ³ €	8 925 386	2 733 768	1 932 992	3 017 567	617 611	623 449
Volume de Vendas							
Total	10 ³ €	8 909 549	2 728 239	1 930 379	3 011 695	616 804	622 432
Média por estabelecimento	10 ³ €	6 907	7 434	7 020	7 364	5 659	4 788
Média por m ² de AEV	€	6 094	5 741	5 957	6 781	5 584	5 753
Remunerações ilíquidas							
Total	10 ³ €	508 891	155 483	108 727	174 319	34 095	36 268
Média anual por pessoa ao serviço (a)	€	10 622	10 452	10 286	10 886	10 379	11 187
Média mensal por pessoa ao serviço	€	759	747	735	778	741	799
Nº de transacções							
Total	nº	547 967 147	163 141 151	109 837 113	197 717 071	36 040 020	41 231 792
Média por estabelecimento	nº	424 781	444 526	399 408	483 416	330 642	317 168
Média por m ² de AEV	nº	375	343	339	445	326	381
Volume de Vendas Médio por transacção	€	16	17	18	15	17	15

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

Quadro 10

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

2006

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 de estabelecimentos	nº	1 290	395	509	280	32	18	20	36
Área de Exposição e Venda									
Total	m ²	1 462 034	93 319	387 284	400 126	67 273	58 386	105 736	349 910
Média	m ²	1 133	236	761	1 429	2 102	3 244	5 287	9 720
Nº de Pessoas ao Serviço									
Total	nº	54 947	2 825	13 335	15 100	3 096	2 551	4 545	13 495
Do qual:									
A tempo completo	nº	40 089	2 676	10 008	11 175	1 962	1 871	3 126	9 271
Do género feminino	nº	40 861	2 383	10 018	11 522	2 363	1 876	3 296	9 403
Média por estabelecimento	nº	43	7	26	54	97	142	227	375
Nº de horas abertos ao público									
Total	h	5 333 767	1 426 354	2 149 574	1 259 788	155 565	83 468	92 055	166 962
Média anual por estabelecimento (a)	h	4 135	3 611	4 223	4 499	4 861	4 637	4 603	4 638
Média diária por estabelecimento	h	11	10	12	12	13	13	13	13
Volume de Negócios	10 ³ €	8 925 386	566 847	2 366 218	2 266 264	416 449	392 784	631 711	2 285 115
Volume de Vendas									
Total	10 ³ €	8 909 549	566 789	2 363 524	2 262 622	415 466	391 271	629 883	2 279 995
Média por estabelecimento	10 ³ €	6 907	1 435	4 643	8 081	12 983	21 737	31 494	63 333
Média por m ² de AEV	€	6 094	6 074	6 103	5 655	6 176	6 701	5 957	6 516
Remunerações ilíquidas									
Total	10 ³ €	508 891	27 587	120 863	132 781	25 096	26 381	41 255	134 928
Média anual por pessoa ao serviço (a)	€	10 622	10 564	10 367	11 451	8 820	10 496	10 424	10 205
Média mensal por pessoa ao serviço	€	759	755	740	818	630	750	745	729
Nº de transacções									
Total	nº	547 967 147	84 759 028	175 796 285	142 696 876	20 666 859	16 257 434	24 876 864	82 913 801
Média por estabelecimento	nº	424 781	214 580	345 376	509 632	645 839	903 191	1 243 843	2 303 161
Média por m ² de AEV	nº	375	908	454	357	307	278	235	237
Volume de Vendas Médio por transacção	€	16	7	13	16	20	24	25	27

(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 -

2006

NUTS II	População residente em 2006	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)
Total (Continente)	10 110 271	1 290	1 462 034	8 909 549	7 837	7	881
Norte	3 744 341	367	475 190	2 728 239	10 203	8	729
Centro	2 385 891	275	324 063	1 930 379	8 676	7	809
Lisboa	2 794 226	409	444 129	3 011 695	6 832	6	1 078
Alentejo	764 285	109	110 453	616 804	7 012	7	807
Algarve	421 528	130	108 199	622 432	3 243	4	1 477

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

2006

Escalões de AEV	Abertura		Encerramento		Número médio diário de horas de abertura, por estabelecimento (a)
	Até às 9h	Depois das 9h	Até às 21h	Depois das 21h	
Total (Continente)	1 169	121	1 062	228	12
Até 399 m ²	344	51	374	21	11
De 400 a 999 m ²	462	47	484	25	12
De 1 000 a 1 999 m ²	260	20	197	83	13
De 2 000 a 2 499 m ²	31	1	5	27	14
De 2 500 a 3 999 m ²	17	1	0	18	14
De 4 000 a 7 999 m ²	19	1	2	18	14
8 000 m ² e mais	36	0	0	36	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)

2006

NUTS II	Total (Continente)	De Segunda a Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado	Domingo
Total (Continente)	4 135	2 428	606	607	493
Norte	4 292	2 505	631	632	525
Centro	4 160	2 427	608	610	515
Lisboa	4 065	2 407	595	595	468
Alentejo	4 134	2 404	599	604	527
Algarve	3 857	2 303	576	574	403

(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)

2006

Escalões de AEV	Total (Continente)	De Segunda a Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado	Domingo
Total (Continente)	4 135	2 428	606	607	493
Até 399 m ²	3 611	2 211	544	542	315
De 400 a 999 m ²	4 223	2 427	607	610	579
De 1 000 a 1 999 m ²	4 499	2 580	648	648	624
De 2 000 a 2 499 m ²	4 861	2 798	709	712	643
De 2 500 a 3 999 m ²	4 637	2 796	716	721	404
De 4 000 a 7 999 m ²	4 603	2 847	722	725	309
8 000 m ² e mais	4 638	2 911	751	753	223

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

Quadro 15

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

2006

Escalões de AEV	Volume de Vendas médio por estabelecimento (a)	Volume de Vendas médio por m ² de AEV (a)	Número médio de transacções por estabelecimento	Volume de Vendas médio por transacção (a)
	€	€	nº	€
Total (Continente)	6 906 627	6 094	424 781	16
Até 399 m ²	1 434 910	6 074	214 580	7
De 400 a 999 m ²	4 643 465	6 103	345 376	13
De 1 000 a 1 999 m ²	8 080 792	5 655	509 632	16
De 2 000 a 2 499 m ²	12 983 308	6 176	645 839	20
De 2 500 a 3 999 m ²	21 737 282	6 701	903 191	24
De 4 000 a 7 999 m ²	31 494 125	5 957	1 243 843	25
8 000 m ² e mais	63 333 192	6 516	2 303 161	27

(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

2006

Unidade: 10³ €

Categoria de produtos	Total (Continente)	NUTS II				
		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
Total de Vendas a Retalho Alimentar	8 909 549	2 728 239	1 930 379	3 011 695	616 804	622 432
Produtos Alimentares, Bebidas e Tabaco	6 154 181	1 857 699	1 291 219	2 118 535	439 540	447 188
Frutos e produtos hortícolas frescos	696 794	192 200	136 616	262 274	50 356	55 348
Carne e produtos à base carne	835 371	253 046	198 955	260 749	69 008	53 614
Peixe, crustáceos e moluscos	652 328	204 307	135 138	234 603	42 963	35 317
Pão, produtos de pastelaria e de confeitaria	272 562	72 579	56 918	101 647	20 289	21 128
Leite, seus derivados e ovos	1 057 766	335 403	214 213	379 040	61 675	67 435
Outros produtos alimentares n.e.	1 785 588	532 609	382 963	594 221	139 366	136 428
Bebidas	839 725	264 909	163 784	280 655	54 780	75 597
Tabaco	14 047	2 646	2 633	5 345	1 102	2 321
Produtos Não Alimentares	2 755 368	870 541	639 160	893 160	177 264	175 244
Produtos de cosmética e de higiene pessoal	759 057	230 268	165 171	264 076	51 295	48 247
Produtos de limpeza e similares para uso doméstico	398 498	127 689	79 906	141 894	24 192	24 817
Vestuário	163 158	47 559	30 621	70 421	3 227	11 331
Calçado e artigos de couro	45 218	16 125	7 440	17 311	1 320	3 023
Mobiliário e outros artigos para uso doméstico (a)	291 160	90 076	62 517	95 919	18 331	24 317
Electrodomésticos, aparelhos de TV, áudio e vídeo, instrumentos musicais, cassetes, discos, CD e DVD	123 396	36 128	25 170	49 333	4 166	8 598
Materiais de bricolage	75 945	23 031	15 848	25 621	5 536	5 909
Livros, jornais e artigos papelaria	112 805	32 956	23 910	41 742	6 473	7 724
Artigos de desporto campismo, caça e lazer	38 391	13 681	8 020	11 429	2 008	3 253
Brinquedos e jogos	88 060	25 540	16 387	35 503	4 732	5 898
Outras vendas de produtos	661 026	227 486	205 515	139 911	55 986	32 128

(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

2006

Unidade: %

Categoria de produtos	Total (Continente)	NUTS II				
		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
Total de Vendas a Retalho Alimentar	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Produtos Alimentares, Bebidas e Tabaco	69,1%	68,1%	66,9%	70,3%	71,3%	71,8%
Frutos e produtos hortícolas frescos	7,8%	7,0%	7,1%	8,7%	8,2%	8,9%
Carne e produtos à base carne	9,4%	9,3%	10,3%	8,7%	11,2%	8,6%
Peixe, crustáceos e moluscos	7,3%	7,5%	7,0%	7,8%	7,0%	5,7%
Pão, produtos de pastelaria e de confeitaria	3,1%	2,7%	2,9%	3,4%	3,3%	3,4%
Leite, seus derivados e ovos	11,9%	12,3%	11,1%	12,6%	10,0%	10,8%
Outros produtos alimentares n.e.	20,0%	19,5%	19,8%	19,7%	22,6%	21,9%
Bebidas	9,4%	9,7%	8,5%	9,3%	8,9%	12,1%
Tabaco	0,2%	0,1%	0,1%	0,2%	0,2%	0,4%
Produtos Não Alimentares	30,9%	31,9%	33,1%	29,7%	28,7%	28,2%
Produtos de cosmética e de higiene pessoal	8,5%	8,4%	8,6%	8,8%	8,3%	7,8%
Produtos de limpeza e similares para uso doméstico	4,5%	4,7%	4,1%	4,7%	3,9%	4,0%
Vestuário	1,8%	1,7%	1,6%	2,3%	0,5%	1,8%
Calçado e artigos de couro	0,5%	0,6%	0,4%	0,6%	0,2%	0,5%
Mobiliário e outros artigos para uso doméstico (a)	3,3%	3,3%	3,2%	3,2%	3,0%	3,9%
Electrodomésticos, aparelhos de TV, áudio e vídeo, instrumentos musicais, cassetes, discos, CD e DVD	1,4%	1,3%	1,3%	1,6%	0,7%	1,4%
Materiais de bricolage	0,9%	0,8%	0,8%	0,9%	0,9%	0,9%
Livros, jornais e artigos papelaria	1,3%	1,2%	1,2%	1,4%	1,0%	1,2%
Artigos de desporto campismo, caça e lazer	0,4%	0,5%	0,4%	0,4%	0,3%	0,5%
Brinquedos e jogos	1,0%	0,9%	0,8%	1,2%	0,8%	0,9%
Outras vendas de produtos	7,4%	8,3%	10,6%	4,6%	9,1%	5,2%

(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 18

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

2006

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 Alimentar	8 909 549	566 789	2 363 524	2 262 622	415 466	391 271	629 883	2 279 995
Produtos Alimentares, Bebidas e Tabaco	6 154 181	468 925	1 810 485	1 665 698	283 454	220 467	368 417	1 336 735
Frutos e produtos hortícolas frescos	696 794	44 153	229 137	197 919	29 620	22 058	37 367	136 539
Carne e produtos à base carne	835 371	31 535	227 170	255 662	44 172	33 585	57 263	185 984
Peixe, crustáceos e moluscos	652 328	24 994	157 056	182 774	35 752	25 081	50 057	176 615
Pão, produtos de pastelaria e de confeitaria	272 562	8 546	80 178	81 458	14 248	12 136	17 878	58 116
Leite, seus derivados e ovos	1 057 766	117 299	273 337	256 393	52 607	39 046	68 909	250 176
Outros produtos alimentares n.e.	1 785 588	167 834	596 203	467 917	69 800	57 361	87 498	338 975
Bebidas	839 725	73 924	244 143	221 079	36 483	30 887	49 126	184 083
Tabaco	14 047	641	3 263	2 496	771	312	318	6 247
Produtos Não Alimentares	2 755 368	97 864	553 038	596 924	132 012	170 804	261 466	943 260
Produtos de cosmética e de higiene pessoal	759 057	45 066	169 735	197 628	43 365	34 629	53 392	215 242
Produtos de limpeza e similares para uso doméstico	398 498	28 328	100 398	88 791	20 873	15 843	27 074	117 190
Vestuário	163 158	3 391	10 345	11 494	809	9 433	23 309	104 376
Calçado e artigos de couro	45 218	118	6 273	4 706	276	2 120	5 195	26 530
Mobiliário e outros artigos para uso doméstico (a)	291 160	3 280	72 827	61 718	17 131	13 646	24 528	98 029
Electrodomésticos, aparelhos de TV, áudio e vídeo, instrumentos musicais, CD, DVD	123 396	954	19 804	19 239	3 355	8 226	17 148	54 670
Materiais de bricolage	75 945	128	13 029	15 429	3 275	6 527	11 137	26 419
Livros, jornais e artigos papelaria	112 805	1 517	7 498	18 982	9 004	6 963	12 893	55 948
Artigos de desporto campismo, caça e lazer	38 391	415	1 996	6 653	2 357	3 150	5 479	18 341
Brinquedos e jogos	88 060	958	8 097	14 431	4 399	5 098	9 546	45 530
Outras vendas de produtos	661 026	13 708	143 036	159 199	27 168	65 168	71 764	180 983

(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

2006

Unidade: %

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 Alimentar	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Produtos Alimentares, Bebidas e Tabaco	69,1%	82,7%	76,6%	73,6%	68,2%	56,3%	58,5%	58,6%
Frutos e produtos hortícolas frescos	7,8%	7,8%	9,7%	8,7%	7,1%	5,6%	5,9%	6,0%
Carne e produtos à base carne	9,4%	5,6%	9,6%	11,3%	10,6%	8,6%	9,1%	8,2%
Peixe, crustáceos e moluscos	7,3%	4,4%	6,6%	8,1%	8,6%	6,4%	7,9%	7,7%
Pão, produtos de pastelaria e de confeitaria	3,1%	1,5%	3,4%	3,6%	3,4%	3,1%	2,8%	2,5%
Leite, seus derivados e ovos	11,9%	20,7%	11,6%	11,3%	12,7%	10,0%	10,9%	11,0%
Outros produtos alimentares n.e.	20,0%	29,6%	25,2%	20,7%	16,8%	14,7%	13,9%	14,9%
Bebidas	9,4%	13,0%	10,3%	9,8%	8,8%	7,9%	7,8%	8,1%
Tabaco	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%	0,1%	0,1%	0,3%
Produtos Não Alimentares	30,9%	17,3%	23,4%	26,4%	31,8%	43,7%	41,5%	41,4%
Produtos de cosmética e de higiene pessoal	8,5%	8,0%	7,2%	8,7%	10,4%	8,9%	8,5%	9,4%
Produtos de limpeza e similares para uso doméstico	4,5%	5,0%	4,2%	3,9%	5,0%	4,0%	4,3%	5,1%
Vestuário	1,8%	0,6%	0,4%	0,5%	0,2%	2,4%	3,7%	4,6%
Calçado e artigos de couro	0,5%	0,0%	0,3%	0,2%	0,1%	0,5%	0,8%	1,2%
Mobiliário e outros artigos para uso doméstico (a)	3,3%	0,6%	3,1%	2,7%	4,1%	3,5%	3,9%	4,3%
Electrodomésticos, aparelhos de TV, áudio e vídeo, instrumentos musicais, CD, DVD	1,4%	0,2%	0,8%	0,9%	0,8%	2,1%	2,7%	2,4%
Materiais de bricolage	0,9%	0,0%	0,6%	0,7%	0,8%	1,7%	1,8%	1,2%
Livros, jornais e artigos papelaria	1,3%	0,3%	0,3%	0,8%	2,2%	1,8%	2,0%	2,5%
Artigos de desporto campismo, caça e lazer	0,4%	0,1%	0,1%	0,3%	0,6%	0,8%	0,9%	0,8%
Brinquedos e jogos	1,0%	0,2%	0,3%	0,6%	1,1%	1,3%	1,5%	2,0%
Outras vendas de produtos	7,4%	2,4%	6,1%	7,0%	6,5%	16,7%	11,4%	7,9%

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

Quadro 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

2006

NUTS II	Estabelecimentos que comercializam produtos de Marca Própria		Vendas a retalho de produtos de Marca Própria		
	Nº	% no total de estabelecimentos	10 ³ €	% no total de volume de vendas	% no total do volume de vendas dos estabelecimentos que comercializam marca própria
Total (Continente)	725	56,2%	909 650	10,2%	14,9%
Norte	232	63,2%	293 915	10,8%	15,1%
Centro	121	44,0%	164 313	8,5%	15,2%
Lisboa	302	73,8%	367 365	12,2%	15,0%
Alentejo	39	35,8%	37 506	6,1%	14,3%
Algarve	31	23,8%	46 552	7,5%	12,6%

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

2006

Escalões de AEV	Estabelecimentos que comercializam produtos de Marca Própria		Vendas a retalho de produtos de Marca Própria		
	Nº	% no total de estabelecimentos	10 ³ €	% no total de volume de vendas	% no total do volume de vendas dos estabelecimentos que comercializam marca própria
Total (Continente)	725	56,2%	909 650	10,2%	14,9%
Até 399 m ²	277	70,1%	195 732	34,5%	40,6%
De 400 a 999 m ²	218	42,8%	107 334	4,5%	12,2%
De 1 000 a 1 999 m ²	135	48,2%	131 538	5,8%	11,0%
De 2 000 a 2 499 m ²	26	81,3%	57 888	13,9%	17,7%
De 2 500 a 3 999 m ²	15	83,3%	37 620	9,6%	11,2%
De 4 000 a 7 999 m ²	18	90,0%	82 334	13,1%	13,8%
8 000 m ² e mais	36	100,0%	297 205	13,0%	13,0%

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

2006

Unidade: %

Escalões de AEV	Total (Continente)	Numerário	Cartão de Débito	Cartão de Crédito	Cheque	Outros
Total (Continente)	100,0%	49,6%	33,3%	12,0%	1,0%	4,0%
Até 399 m ²	100,0%	77,2%	21,8%	0,4%	0,5%	0,2%
De 400 a 999 m ²	100,0%	62,0%	33,8%	2,3%	1,1%	0,8%
De 1 000 a 1 999 m ²	100,0%	55,7%	31,2%	9,8%	1,1%	2,2%
De 2 000 a 2 499 m ²	100,0%	43,0%	40,6%	14,5%	1,8%	0,2%
De 2 500 a 3 999 m ²	100,0%	44,7%	34,2%	17,3%	1,3%	2,5%
De 4 000 a 7 999 m ²	100,0%	36,0%	36,2%	15,5%	1,1%	11,3%
8 000 m ² e mais	100,0%	29,8%	35,6%	24,7%	0,8%	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

2006

Unidade: %

NUTS II	Total (Continente)	Numerário	Cartão de Débito	Cartão de Crédito	Cheque	Outros
Total (Continente)	100,0%	49,6%	33,3%	12,0%	1,0%	4,0%
Norte	100,0%	52,6%	31,3%	11,9%	0,8%	3,3%
Centro	100,0%	48,9%	35,0%	11,4%	1,8%	2,9%
Lisboa	100,0%	45,5%	34,4%	13,5%	0,4%	6,1%
Alentejo	100,0%	52,8%	33,7%	9,0%	2,2%	2,3%
Algarve	100,0%	56,0%	31,3%	9,6%	0,9%	2,2%

Quadro 24

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

2006

Unidade: Nº

Escalões de AEV	Número de estabelecimentos				Número médio de Caixas de Saída
	Total (Continente)	Situados em Centro Comercial	Com Parque de Estacionamento	Com Caixas com Leitura Óptica	
Total (Continente)	1 290	282	781	1 288	8
Até 399 m ²	395	34	36	393	3
De 400 a 999 m ²	509	56	386	509	5
De 1 000 a 1 999 m ²	280	94	253	280	9
De 2 000 a 2 499 m ²	32	26	32	32	16
De 2 500 a 3 999 m ²	18	18	18	18	22
De 4 000 a 7 999 m ²	20	18	20	20	31
8 000 m ² e mais	36	36	36	36	56

Quadro 25

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

2006

Variáveis/Indicadores	Unidade	Total (Continente)	NUTS II				
			Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
Nº de estabelecimentos	nº	822	276	174	261	54	57
Área de Exposição e Venda							
Total	m ²	822 063	251 067	152 569	329 430	31 542	57 455
Média	m ²	1 000	910	877	1 262	584	1 008
Nº de Pessoas ao Serviço							
Total	nº	22 090	6 505	3 336	10 140	695	1 414
Do qual:							
A tempo completo	nº	16 382	4 869	2 538	7 322	545	1 108
Do género feminino	nº	14 619	4 350	2 209	6 743	430	887
Média por estabelecimento	nº	27	24	19	39	13	25
Nº de horas abertos ao público							
Total	h	3 720 989	1 269 903	777 250	1 175 012	235 888	262 937
Média anual por estabelecimento (a)	h	4 527	4 601	4 467	4 502	4 368	4 613
Média diária por estabelecimento	h	13	13	12	12	12	13
Volume de Negócios	10 ³ €	3 285 855	891 591	452 135	1 647 768	93 198	201 163
Volume de Vendas							
Total	10 ³ €	3 263 303	887 889	450 705	1 631 308	92 935	200 466
Média por estabelecimento	10 ³ €	3 970	3 217	2 590	6 250	1 721	3 517
Média por m ² de AEV	€	3 970	3 536	2 954	4 952	2 946	3 489
Remunerações Líquidas							
Total	10 ³ €	215 808	64 081	29 130	104 528	5 275	12 794
Média anual por pessoa ao serviço (a)	€	9 943	9 689	9 965	9 975	9 661	11 228
Média mensal por pessoa ao serviço	€	710	692	712	713	690	802
Nº de transacções							
Total	nº	104 470 776	29 467 266	15 706 722	48 872 195	3 849 023	6 575 570
Média por estabelecimento	nº	127 093	106 765	90 269	187 250	71 278	115 361
Média por m ² de AEV	nº	127	117	103	148	122	114
Volume de Vendas Médio por transacção	€	31	30	29	33	24	30

(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 -

2006

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 de estabelecimentos	nº	822	297	274	178	22	34	11	6
Área de Exposição e Venda									
Total	m ²	822 063	72 276	158 162	262 361	47 533	112 205	60 179	109 347
Média	m ²	1 000	243	577	1 474	2 161	3 300	5 471	18 224
Nº de Pessoas ao Serviço	nº	22 090	3 586	3 799	7 074	831	1 659	1 202	3 939
Do qual:									
A tempo completo	nº	16 382	2 178	2 745	5 024	778	1 499	940	3 218
Do género feminino	nº	14 619	2 583	2 628	4 423	634	1 063	810	2 478
Média por estabelecimento	nº	27	12	14	40	38	49	109	656
Nº de horas abertos ao público									
Total	h	3 720 989	1 335 382	1 273 488	802 794	98 527	140 867	46 724	23 207
Média anual por estabelecimento (a)	h	4 527	4 496	4 648	4 510	4 479	4 143	4 248	3 868
Média diária por estabelecimento	h	13	12	13	12	12	11	12	11
Volume de Negócios	10 ³ €	3 285 855	376 931	474 769	1 269 051	109 553	277 528	189 798	588 225
Volume de Vendas									
Total	10 ³ €	3 263 303	376 104	473 924	1 263 017	109 394	275 711	187 193	577 961
Média por estabelecimento	10 ³ €	3 970	1 266	1 730	7 096	4 972	8 109	17 018	96 327
Média por m ² de AEV	€	3 970	5 204	2 996	4 814	2 301	2 457	3 111	5 286
Remunerações Líquidas									
Total	10 ³ €	215 808	28 494	31 495	63 749	8 801	15 167	11 081	57 020
Média anual por pessoa ao serviço (a)	€	9 943	8 787	10 576	10 441	10 893	10 839	10 678	13 658
Média mensal por pessoa ao serviço	€	710	628	755	746	778	774	763	976
Nº de transacções									
Total	nº	104 470 776	22 695 927	17 453 025	36 036 815	3 327 610	5 630 867	5 191 353	14 135 179
Média por estabelecimento	nº	127 093	76 417	63 697	202 454	151 255	165 614	471 941	2 355 863
Média por m ² de AEV	nº	127	314	110	137	70	50	86	129
Volume de Vendas Médio por transacção	€	31	17	27	35	33	49	36	41

(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 -

2006

NUTS II	População residente em 2006	Distribuição do número de estabelecimentos	Área de exposição e venda (m ²)	Volume de Vendas (10 ³ €) (a)	População residente, por estabelecimento (nº pessoas/estabelecimento)	População residente por m ² de AEV (hab/m ²)	Vendas a Retalho por residente (€/pessoa) (a)
Total (Continente)	10 110 271	822	822 063	3 263 303	12 300	12	323
Norte	3 744 341	276	251 067	887 889	13 566	15	237
Centro	2 385 891	174	152 569	450 705	13 712	16	189
Lisboa	2 794 226	261	329 430	1 631 308	10 706	8	584
Alentejo	764 285	54	31 542	92 935	14 153	24	122
Algarve	421 528	57	57 455	200 466	7 395	7	476

(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

2006

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)	341	481	167	655	13
Até 399 m ²	81	216	58	239	13
De 400 a 999 m ²	152	122	49	225	13
De 1 000 a 1 999 m ²	67	111	43	135	13
De 2 000 a 2 499 m ²	12	10	5	17	13
De 2 500 a 3 999 m ²	18	16	9	25	13
De 4 000 a 7 999 m ²	10	1	1	10	13
8 000 m ² e mais	1	5	2	4	12

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

Quadro 29

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

2006

NUTS II	Total (Continente)	De Segunda a Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado	Domingo
Total (Continente)	4 527	2 637	667	666	558
Norte	4 601	2 669	677	676	579
Centro	4 467	2 589	652	651	575
Lisboa	4 502	2 644	667	666	525
Alentejo	4 368	2 562	646	645	515
Algarve	4 613	2 665	675	675	597

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

Quadro 30

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

2005

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

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

Quadro 31

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

2006

Escalões de AEV	Volume de Vendas médio por estabelecimento (a)	Volume de Vendas médio por m ² de AEV (a)	Número médio de transacções por estabelecimento	Volume de Vendas médio por transacção (a)
	€	€	nº	€
Total (Continente)	3 969 956	3 970	127 093	31
Até 399 m ²	1 266 343	5 204	76 417	17
De 400 a 999 m ²	1 729 648	2 996	63 697	27
De 1 000 a 1 999 m ²	7 095 601	4 814	202 454	35
De 2 000 a 2 499 m ²	4 972 477	2 301	151 255	33
De 2 500 a 3 999 m ²	8 109 152	2 457	165 614	49
De 4 000 a 7 999 m ²	17 017 529	3 111	471 941	36
8 000 m ² e mais	96 326 759	5 286	2 355 863	41

(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

2006

Unidade: 10³ €

Categoria de produtos	Total (Continente)	NUTS II				
		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
Total de Vendas a Retalho Não Alimentar	3 263 303	887 889	450 705	1 631 308	92 935	200 466
Produtos de cosmética e higiene pessoal, farmacêuticos e médicos e de limpeza para o lar	36 631	8 684	1 056	26 439	213	239
Vestuário	822 914	249 708	103 993	386 848	26 575	55 790
Calçado e artigos de couro	94 573	29 904	13 458	40 543	3 196	7 473
Mobiliário e outros artigos para uso doméstico (a)	366 417	56 340	37 858	245 157	1 366	25 697
Electrodomésticos	368 474	159 158	70 919	109 680	8 820	19 897
Aparelhos de TV, áudio e vídeo	209 858	55 081	31 230	100 144	7 722	15 682
Cassetes, discos, CD e DVD	147 945	40 268	20 245	71 807	6 063	9 563
Materiais de bricolage	265 150	47 430	50 759	136 338	11 075	19 548
Livros, jornais e artigos papelaria	61 947	17 248	2 286	39 459	321	2 633
Mobiliário, maquinaria e outros equipamentos para escritório, computadores e material óptico, fotográfico e de telecomunicações	508 116	138 580	67 463	249 906	18 996	33 171
Brinquedos e jogos	55 988	18 703	3 832	32 347	20	1 086
Outras vendas de produtos	325 289	66 785	47 608	192 642	8 566	9 687

(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

2006

Unidade: %

Categoria de produtos	Total (Continente)	NUTS II				
		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
Total de Vendas a Retalho Não Alimentar	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Produtos de cosmética e higiene pessoal, farmacêuticos e médicos e de limpeza para o lar	1,1%	1,0%	0,2%	1,6%	0,2%	0,1%
Vestuário	25,2%	28,1%	23,1%	23,7%	28,6%	27,8%
Calçado e artigos de couro	2,9%	3,4%	3,0%	2,5%	3,4%	3,7%
Mobiliário e outros artigos para uso doméstico (a)	11,2%	6,3%	8,4%	15,0%	1,5%	12,8%
Electrodomésticos	11,3%	17,9%	15,7%	6,7%	9,5%	9,9%
Aparelhos de TV, áudio e vídeo	6,4%	6,2%	6,9%	6,1%	8,3%	7,8%
Cassetes, discos, CD e DVD	4,5%	4,5%	4,5%	4,4%	6,5%	4,8%
Materiais de bricolage	8,1%	5,3%	11,3%	8,4%	11,9%	9,8%
Livros, jornais e artigos papelaria	1,9%	1,9%	0,5%	2,4%	0,3%	1,3%
Mobiliário, maquinaria e outros equipamentos para escritório, computadores e material óptico, fotográfico e de telecomunicações	15,6%	15,6%	15,0%	15,3%	20,4%	16,5%
Brinquedos e jogos	1,7%	2,1%	0,9%	2,0%	0,0%	0,5%
Outras vendas de produtos	10,0%	7,5%	10,6%	11,8%	9,2%	4,8%

(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

2006

Unidade: 10³ €

Categoria de produtos	Total (Continente)	Escalões de AEV			
		Até 399 m ²	De 400 a 999 m ²	De 1 000 a 1 999 m ²	De 2 000 m ² e mais (a)
Total de Vendas a Retalho Não Alimentar	3 263 303	376 104	473 924	1 263 017	1 150 259
Produtos de cosmética e higiene pessoal, farmacêuticos e médicos e de limpeza para o lar	36 631	1 080	317	3 754	31 481
Vestuário	822 914	246 028	173 526	266 646	136 714
Calçado e artigos de couro	94 573	20 738	24 524	26 107	23 205
Mobiliário e outros artigos para uso doméstico (b)	366 417	13 283	9 394	34 750	308 990
Electrodomésticos	368 474	12 492	65 501	221 095	69 387
Aparelhos de TV, áudio e vídeo	209 858	12 731	44 569	96 638	55 921
Cassetes, discos, CD e DVD	147 945	9 415	26 059	95 674	16 798
Produtos de bricolage	265 150	79	1 983	44 123	218 966
Livros, jornais e artigos papelaria	61 947	679	718	50 889	9 661
Mobiliário, maquinaria, e outros equipamentos para escritório, computadores e material óptico, fotográfico e de telecomunicações	508 116	30 088	100 384	293 523	84 121
Brinquedos e jogos	55 988	29	2 508	40 397	13 053
Outras vendas de produtos	325 289	29 461	24 441	89 422	181 964

(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

2006

Unidade: %

Categoria de produtos	Total (Continente)	Escalões de AEV			
		Até 399 m ²	De 400 a 999 m ²	De 1 000 a 1 999 m ²	De 2 000 m ² e mais (a)
Total de Vendas a Retalho Não Alimentar	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Produtos de cosmética e higiene pessoal, farmacêuticos e médicos e de limpeza para o lar	1,1%	0,3%	0,1%	0,3%	2,7%
Vestuário	25,2%	65,4%	36,6%	21,1%	11,9%
Calçado e artigos de couro	2,9%	5,5%	5,2%	2,1%	2,0%
Mobiliário e outros artigos para uso doméstico (b)	11,2%	3,5%	2,0%	2,8%	26,9%
Electrodomésticos	11,3%	3,3%	13,8%	17,5%	6,0%
Aparelhos de TV, áudio e vídeo	6,4%	3,4%	9,4%	7,7%	4,9%
Cassetes, discos, CD e DVD	4,5%	2,5%	5,5%	7,6%	1,5%
Produtos de bricolage	8,1%	0,0%	0,4%	3,5%	19,0%
Livros, jornais e artigos papelaria	1,9%	0,2%	0,2%	4,0%	0,8%
Mobiliário, maquinaria, e outros equipamentos para escritório, computadores e material óptico, fotográfico e de telecomunicações	15,6%	8,0%	21,2%	23,2%	7,3%
Brinquedos e jogos	1,7%	0,0%	0,5%	3,2%	1,1%
Outras vendas de produtos	10,0%	7,8%	5,2%	7,1%	15,8%

(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

2006

NUTS II	Estabelecimentos que comercializam produtos de Marca Própria		Vendas a retalho de produtos de Marca Própria		
	Nº	% no total de estabelecimentos	10 ³ €	% no total de volume de vendas	% no total do volume de vendas dos estabelecimentos que comercializam marca própria
Total (Continente)	337	41,0%	328 044	10,1%	21,3%
Norte	130	47,1%	62 928	7,1%	16,0%
Centro	65	37,4%	21 983	4,9%	12,5%
Lisboa	85	32,6%	221 023	13,5%	27,0%
Alentejo	31	57,4%	8 991	9,7%	14,5%
Algarve	26	45,6%	13 118	6,5%	15,0%

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

2006

Escalões de AEV	Estabelecimentos que comercializam produtos de Marca Própria		Vendas a Retalho de Marca Própria		
	Nº	% no total de estabelecimentos	10 ³ €	% no total de volume de vendas	% no total do volume de vendas dos estabelecimentos que comercializam marca própria
Total (Continente)	337	41,0%	328 044	10,1%	21,3%
Até 399 m ²	88	29,6%	51 139	13,6%	41,8%
De 400 a 999 m ²	184	67,2%	66 151	14,0%	18,0%
De 1 000 a 1 999 m ²	56	31,5%	40 172	3,2%	9,0%
De 2 000 a 2 499 m ²	5	22,7%	4 832	4,4%	12,2%
De 2 500 a 3 999 m ²	0	0,0%	0	0,0%	0,0%
De 4 000 a 7 999 m ²	1	9,1%	2 240	1,2%	5,8%
8 000 m ² e mais	3	50,0%	163 509	28,3%	31,4%

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

2006

Unidade: %

Escalões de AEV	Total (Continente)	Numerário	Cartão de Débito	Cartão de Crédito	Cheque	Outros
Total (Continente)	100,0%	27,4%	44,8%	16,2%	1,9%	9,6%
Até 399 m ²	100,0%	39,7%	36,3%	20,8%	1,7%	1,5%
De 400 a 999 m ²	100,0%	37,3%	37,0%	18,5%	2,0%	5,1%
De 1 000 a 1 999 m ²	100,0%	26,7%	45,3%	17,3%	2,8%	7,9%
De 2 000 a 2 499 m ²	100,0%	27,7%	44,9%	14,1%	2,2%	11,0%
De 2 500 a 3 999 m ²	100,0%	31,0%	47,8%	13,1%	1,2%	6,8%
De 4 000 a 7 999 m ²	100,0%	24,6%	47,7%	23,6%	2,6%	1,5%
8 000 m ² e mais	100,0%	12,1%	53,5%	8,3%	0,0%	26,1%

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

2006

Unidade: %

NUTS II	Total (Continente)	Numerário	Cartão de Débito	Cartão de Crédito	Cheque	Outros
Total (Continente)	100,0%	27,4%	44,8%	16,2%	1,9%	9,6%
Norte	100,0%	30,9%	42,9%	15,5%	2,1%	8,6%
Centro	100,0%	32,4%	43,8%	14,7%	2,8%	6,3%
Lisboa	100,0%	23,1%	47,3%	16,9%	1,3%	11,4%
Alentejo	100,0%	36,1%	35,4%	16,2%	5,8%	6,4%
Algarve	100,0%	32,0%	40,2%	16,6%	1,9%	9,4%

Quadro 40

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

2006

Escalões de AEV	Número de estabelecimentos				Número médio de Caixas de Saída
	Total (Continente)	Situados em Centro Comercial	Com Parque de Estacionamento	Com Caixas com Leitura Óptica	
Total (Continente)	822	608	576	817	4
Até 399 m ²	297	234	125	297	2
De 400 a 999 m ²	274	234	246	274	2
De 1 000 a 1 999 m ²	178	109	133	178	5
De 2 000 a 2 499 m ²	22	14	21	21	5
De 2 500 a 3 999 m ²	34	12	34	30	6
De 4 000 a 7 999 m ²	11	4	11	11	9
8 000 m ² e mais	6	1	6	6	146

Quadro 41

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

2006

Variáveis/Indicadores	Unidade	Total (Continente)	NUTS II				
			Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
Nº de estabelecimentos	nº	118	30	31	28	11	18
Área de Exposição e Venda							
Total	m ²	416 797	125 496	109 302	113 220	18 590	50 189
Média	m ²	3 532	4 183	3 526	4 044	1 690	2 788
Nº de Pessoas ao Serviço							
Total	nº	6 222	1 739	1 484	1 937	255	807
Do qual:							
A tempo completo	nº	5 940	1 637	1 437	1 815	255	796
Do género feminino	nº	2 631	752	567	854	89	369
Média por estabelecimento	nº	53	58	48	69	23	45
Nº de horas abertos ao público							
Total	h	431 098	113 638	106 650	106 521	37 776	66 513
Média anual por estabelecimento (a)	h	3 653	3 788	3 440	3 804	3 434	3 695
Média diária por estabelecimento	h	10	10	10	11	10	10
Volume de Negócios	10 ³ €	1 916 372	537 616	478 271	586 923	77 626	235 937
Volume de Vendas							
Total	10 ³ €	1 887 789	528 769	475 638	572 717	77 007	233 658
Média por estabelecimento	10 ³ €	15 998	17 626	15 343	20 454	7 001	12 981
Média por m ² de AEV	€	4 529	4 213	4 352	5 058	4 142	4 656
Remunerações Ilíquidas							
Total	10 ³ €	79 446	20 943	18 508	26 176	3 008	10 811
Média anual por pessoa ao serviço (a)	€	13 002	12 351	12 808	13 823	11 761	13 906
Média mensal por pessoa ao serviço	€	929	882	915	987	840	993
Nº de transacções							
Total	nº	13 496 535	4 213 597	2 397 058	3 995 000	506 808	2 384 072
Média por estabelecimento	nº	114 377	140 453	77 324	142 679	46 073	132 448
Média por m ² de AEV	nº	32	34	22	35	27	48
Volume de Vendas médio por transacção	€	140	125	198	143	152	98

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

Quadro 42

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

2006

Variáveis/Indicadores	Unidade	Total (Continente)	Escalões de AEV					
			Até 999 m ²	1 000 a 1 999 m ²	2 000 a 2 999 m ²	3 000 a 3 999 m ²	4 000 a 7 999 m ²	8 000 m ² e mais
Nº de estabelecimentos	nº	118	11	28	27	18	21	13
Área de Exposição e Venda								
Total	m ²	416 797	3 879	44 478	61 201	60 038	107 797	139 404
Média	m ²	3 532	353	1 588	2 267	3 335	5 133	10 723
Nº de Pessoas ao Serviço								
Total	nº	6 222	259	842	763	767	1 506	2 085
Do qual:								
A tempo completo	nº	5 940	258	842	763	767	1 476	1 834
Do género feminino	nº	2 631	78	243	332	332	630	1 016
Média por estabelecimento	nº	53	24	30	28	43	72	160
Nº de horas abertos ao público								
Total	h	431 098	32 103	93 834	111 123	61 499	75 681	56 858
Média anual por estabelecimento (a)	h	3 653	2 918	3 351	4 116	3 417	3 604	4 374
Média diária por estabelecimento	h	10	8	9	11	9	10	12
Volume de Negócios	10 ³ €	1 916 372	45 060	235 600	199 335	269 284	528 478	638 615
Volume de Vendas								
Total	10 ³ €	1 887 789	44 132	230 769	194 658	268 885	523 363	625 980
Média por estabelecimento	10 ³ €	15 998	4 012	8 242	7 210	14 938	24 922	48 152
Média por m ² de AEV	€	4 529	11 377	5 188	3 181	4 479	4 855	4 490
Remunerações Ilíquidas								
Total	10 ³ €	79 446	4 019	11 908	8 506	9 447	22 010	23 555
Média anual por pessoa ao serviço (a)	€	13 002	16 011	13 599	12 097	12 295	13 392	11 402
Média mensal por pessoa ao serviço	€	929	1 144	971	864	878	957	814
Nº de transacções								
Total	nº	13 496 535	862 057	1 527 980	2 549 959	1 557 840	2 223 621	4 775 078
Média por estabelecimento	nº	114 377	78 369	54 571	94 443	86 547	105 887	367 314
Média por m ² de AEV	nº	32	222	34	42	26	21	34
Volume de Vendas médio por transacção	€	140	51	151	76	173	235	131

(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**

2006

Unidade: 10³ €

Categoria de produtos	Total (Continente)	NUTS II				
		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
Total de Vendas a Grosso	1 887 789	528 769	475 638	572 717	77 007	233 658
Produtos Alimentares, Bebidas e Tabaco	1 312 281	395 574	318 191	382 834	46 865	168 815
Fruta e produtos hortícolas	105 183	34 736	19 870	34 131	3 333	13 114
Carne e produtos à base de carne	126 965	38 181	24 363	46 934	1 299	16 188
Leite e derivados, ovos, azeite, óleos e gorduras alimentares	251 184	82 805	63 508	60 370	9 412	35 089
Açúcar, chocolate e produtos de confeitaria	80 787	23 088	24 880	23 085	3 246	6 490
Café, chá, cacau e especiarias	38 543	10 241	11 618	9 974	1 955	4 756
Bebidas	343 413	98 354	81 891	103 187	13 590	46 392
Tabaco manufacturado	85 661	15 097	24 589	28 475	5 975	11 525
Outros produtos alimentares	280 544	93 073	67 473	76 679	8 056	35 262
Bens de Consumo Doméstico, Excepto Alimentação, Bebidas e Tabaco	320 450	87 233	69 318	119 457	11 900	32 542
Electrodomésticos, material eléctrico para instalação, aparelhos de iluminação, de rádio, de televisão, de vídeo, discos, cassetes, CD, e DVD	43 175	14 502	5 202	14 598	332	8 542
Cutelaria, louças em cerâmica e em vidro, papel de parede e produtos de limpeza	112 617	30 775	34 810	30 142	5 782	11 108
Produtos cosméticos, de higiene pessoal, farmacêuticos e similares	69 062	20 540	20 373	18 192	4 055	5 902
Outros bens de consumo doméstico	95 596	21 416	8 933	56 526	1 731	6 989
Máquinas e Equipamentos	113 502	20 938	22 552	56 059	7 094	6 859
Outras Vendas de Produtos	141 556	25 023	65 577	14 366	11 148	25 442

Quadro 44

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

2006

Unidade: %

Categoria de produtos	Total (Continente)	NUTS II				
		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
Total de Vendas a Grosso	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Produtos Alimentares, Bebidas e Tabaco	69,5%	74,8%	66,9%	66,8%	60,9%	72,2%
Fruta e produtos hortícolas	5,6%	6,6%	4,2%	6,0%	4,3%	5,6%
Carne e produtos à base de carne	6,7%	7,2%	5,1%	8,2%	1,7%	6,9%
Leite e derivados, ovos, azeite, óleos e gorduras alimentares	13,3%	15,7%	13,4%	10,5%	12,2%	15,0%
Açúcar, chocolate e produtos de confeitaria	4,3%	4,4%	5,2%	4,0%	4,2%	2,8%
Café, chá, cacau e especiarias	2,0%	1,9%	2,4%	1,7%	2,5%	2,0%
Bebidas	18,2%	18,6%	17,2%	18,0%	17,6%	19,9%
Tabaco manufacturado	4,5%	2,9%	5,2%	5,0%	7,8%	4,9%
Outros produtos alimentares	14,9%	17,6%	14,2%	13,4%	10,5%	15,1%
Tabaco	17,0%	16,5%	14,6%	20,9%	15,5%	13,9%
Electrodomésticos, material eléctrico para instalação, aparelhos de iluminação, de rádio, de televisão, de vídeo, discos, cassetes, CD, e DVD	2,3%	2,7%	1,1%	2,5%	0,4%	3,7%
Cutelaria, louças em cerâmica e em vidro, papel de parede e produtos de limpeza	6,0%	5,8%	7,3%	5,3%	7,5%	4,8%
Produtos cosméticos, de higiene pessoal, farmacêuticos e similares	3,7%	3,9%	4,3%	3,2%	5,3%	2,5%
Outros bens de consumo doméstico	5,1%	4,1%	1,9%	9,9%	2,2%	3,0%
Máquinas e Equipamentos	6,0%	4,0%	4,7%	9,8%	9,2%	2,9%
Outras Vendas de Produtos	7,5%	4,7%	13,8%	2,5%	14,5%	10,9%

Quadro 45

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

2006

Unidade: 10³ €

Categoria de produtos	Total (Continente)	Área de Exposição e Venda				
		Até 1 999 m ²	De 2 000 a 2 999 m ²	De 3 000 a 3 999 m ²	De 4 000 a 7 999 m ²	8 000 m ² e mais
Total de Vendas a Grosso	1 887 789	274 901	194 658	268 885	523 363	625 980
Produtos Alimentares, Bebidas e Tabaco	1 312 281	113 996	130 347	219 127	376 844	471 967
Fruta e produtos hortícolas	105 183	8 948	10 133	15 424	32 937	37 741
Carne e produtos à base de carne	126 965	5 466	8 901	14 661	35 383	62 554
Leite e derivados, ovos, azeite, óleos e gorduras alimentares	251 184	23 875	25 843	45 519	76 828	79 119
Açúcar, chocolate e produtos de confeitaria	80 787	6 808	9 939	12 887	24 762	26 392
Café, chá, cacau e especiarias	38 543	3 576	4 838	6 971	11 553	11 606
Bebidas	343 413	33 869	36 928	62 343	99 379	110 894
Tabaco manufacturado	85 661	8 092	11 171	17 375	15 684	33 339
Outros produtos alimentares	280 544	23 363	22 594	43 946	80 317	110 323
Bens de Consumo Doméstico, Excepto Alimentação, Bebidas e Tabaco	320 450	18 450	32 079	34 360	103 570	131 990
Electrodomésticos, material eléctrico para instalação, aparelhos de iluminação, de rádio, de televisão, de vídeo, discos, cassetes, CD, e DVD	43 175	1 595	4 237	1 602	2 144	33 598
Cutelaria, louças em cerâmica e em vidro, papel de parede e produtos de limpeza	112 617	8 640	10 885	15 794	31 372	45 926
Produtos cosméticos, de higiene pessoal, farmacêuticos e similares	69 062	5 428	8 111	11 378	21 685	22 459
Outros bens de consumo doméstico	95 596	2 787	8 846	5 587	48 369	30 007
Máquinas e Equipamentos	113 502	52 465	6 546	2 942	37 754	13 795
Outras Vendas de Produtos	141 556	89 991	25 686	12 456	5 195	8 229

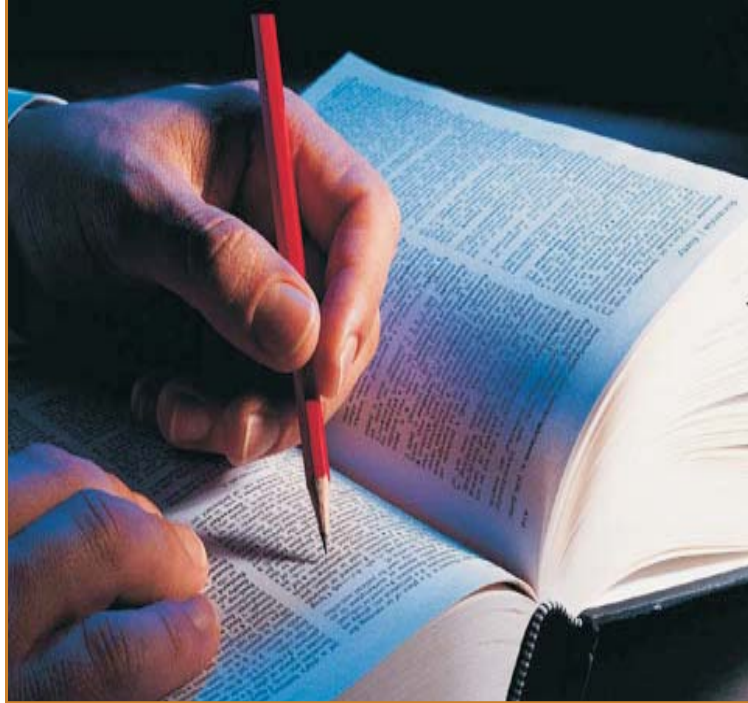
Quadro 46

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

2006

Unidade: %

Categoria de produtos	Total (Continente)	Área de Exposição e Venda				
		Até 1 999 m ²	De 2 000 a 2 999 m ²	De 3 000 a 3 999 m ²	De 4 000 a 7 999 m ²	8 000 m ² e mais
Total de Vendas a Grosso	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Produtos Alimentares, Bebidas e Tabaco	69,5%	41,5%	67,0%	81,5%	72,0%	75,4%
Fruta e produtos hortícolas	5,6%	3,3%	5,2%	5,7%	6,3%	6,0%
Carne e produtos à base de carne	6,7%	2,0%	4,6%	5,5%	6,8%	10,0%
Leite e derivados, ovos, azeite, óleos e gorduras alimentares	13,3%	8,7%	13,3%	16,9%	14,7%	12,6%
Açúcar, chocolate e produtos de confeitaria	4,3%	2,5%	5,1%	4,8%	4,7%	4,2%
Café, chá, cacau e especiarias	2,0%	1,3%	2,5%	2,6%	2,2%	1,9%
Bebidas	18,2%	12,3%	19,0%	23,2%	19,0%	17,7%
Tabaco manufacturado	4,5%	2,9%	5,7%	6,5%	3,0%	5,3%
Outros produtos alimentares	14,9%	8,5%	11,6%	16,3%	15,3%	17,6%
Bens de Consumo Doméstico, Excepto Alimentação, Bebidas e Tabaco	17,0%	6,7%	16,5%	12,8%	19,8%	21,1%
Electrodomésticos, material eléctrico para instalação, aparelhos de iluminação, de rádio, de televisão, de vídeo, discos, cassetes, CD, e DVD	2,3%	0,6%	2,2%	0,6%	0,4%	5,4%
Cutelaria, louças em cerâmica e em vidro, papel de parede e produtos de limpeza	6,0%	3,1%	5,6%	5,9%	6,0%	7,3%
Produtos cosméticos, de higiene pessoal, farmacêuticos e similares	3,7%	2,0%	4,2%	4,2%	4,1%	3,6%
Outros bens de consumo doméstico	5,1%	1,0%	4,5%	2,1%	9,2%	4,8%
Máquinas e Equipamentos	6,0%	19,1%	3,4%	1,1%	7,2%	2,2%
Outras Vendas de Produtos	7,5%	32,7%	13,2%	4,6%	1,0%	1,3%



3. Metodologia, Conceitos, Nomenclaturas e Classificações

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

Âmbito, periodicidade e recolha

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

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

Definição de UCDR

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

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

Universo de referência

É constituído pelas unidades de dimensão relevante de:

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

Unidade de observação

Unidade Comercial de Dimensão Relevante (UCDR) - estabelecimento.

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

- Comércio a retalho
- Comércio por grosso

Variáveis de Observação/Difusão

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

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

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

A fonte dos dados utilizados no cálculo dos indicadores relacionados com a população residente do Quadro 11 e do Quadro 27 é: INE, Estimativas Provisórias de População Residente Intercensitárias 2006.

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

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

Tratamento de Não Respostas

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

Método de cálculo

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

Remunerações

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

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

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

em que:

REM - Remunerações totais do estabelecimento

NMA – Número de meses de actividade do estabelecimento

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

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

em que:

NPS – Número de pessoas ao serviço por estabelecimento

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

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

em que:

REM – Remuneração total do estabelecimento a imputar

NPS – Número de pessoas ao serviço do estabelecimento a imputar

NMA – Número de meses em actividade do estabelecimento a imputar

Número de transacções

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

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

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

em que:

VV – Volume de Vendas dos estabelecimentos

NT – Número de transacções nos estabelecimentos

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

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

em que:

NTe – Número de transacções do estabelecimento a imputar

VVe – Volume de Vendas do estabelecimento a imputar

Meios de pagamento

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

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

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

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

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

em que:

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

VV – Volume de Vendas do estabelecimento

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

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

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

em que:

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

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

VV – Volume de Vendas total no estrato

Confidencialidade dos dados

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

Classificações e Nomenclaturas

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

Conceitos Estatísticos

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Não são consideradas como pessoal ao serviço as pessoas que:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



4. Instrumentos de Notação

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

Instrumento de notação do Sistema Estatístico Nacional (Lei 6/89 de 15 de Abril), de resposta obrigatória. Registrado no INE sob o N° 9778, válido até 31.12.2007.



INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA

ANO DE REFERÊNCIA : 2006

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 Recolha de Informação

Serviço de Recolha de Dados - Lisboa 2

Av. António José de Almeida 1000-043 LISBOA

Telefone: 21 842 63 24 Fax: 21 842 63 60 E-mail: ucdr@ine.pt

PODERÁ RESPONDER POR VIA ELECTRÓNICA EM

http://webInq.ine.pt/aderentes

1 - Caracterização da Empresa ou Entidade Equiparada

Nota: Preencha, por favor, os quesitos 1.1 e 1.2, se a informação for diferente do endereço acima personalizado.

1.1 - Designação Social (ou Firma): _____

1.2 - Morada: _____

_____ Lote/Nº: _____ Andar: _____

Código Postal: _____ Localidade Postal: _____

1.3 - Número de Identificação de Pessoa Colectiva ou Equiparada (NPC) (a preencher pelo INE)

1.4 - Actividade Principal* (Discrimine): _____ CAE-Rev. 2.1 _____

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

1.5.1 - Independente isolada* ☐ 1

1.5.2 - Associada*

1.5.3 - Integrada* ☐ 4

1.5.2.1 - Franchising * ☐ 2

Caso tenha assinalado esta quadrícula, indique, por favor,

a Insígnia: _____

1.5.2.2 - Outra ☐ 3

Caso tenha assinalado esta quadrícula, indique, por favor,

a Insígnia: _____

1.6 - Número Total de Estabelecimentos* Comerciais, no Continente _____

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

O responsável pela Informação:

Data: ____ / ____ / ____

Nome (Letra Maiúscula e Legível): _____ Localidade: _____

Telefone: _____ Fax: _____ e-mail: _____

Observações: _____

CARACTERIZAÇÃO DOS ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS

2 - IDENTIFICAÇÃO DO ESTABELECIMENTO

(Estabelecimentos não listados)
Nº DE ORDEM:

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

- 2.1 - Designação do Estabelecimento:
- 2.2 - Morada do Estabelecimento:
- Código Postal: - Localidade Postal: (a preencher pelo INE)
- Distrito: Município: Freguesia:
- 2.3 - Número de Pessoa Colectiva ou Equiparada (NPC):
- 2.4 - Insígnia do Estabelecimento:
- 2.5 - Actividade principal do Estabelecimento (discrimine): (a preencher pelo INE)
CAE-Rev. 2.1
- 2.6 - Indique o número de meses de actividade do estabelecimento em 2006:
- 2.7 - Ano de Abertura do Estabelecimento (de resposta obrigatória, caso seja a 1ª vez que responde a este inquérito)

3 - Horário de Funcionamento

	2ª a 5ª Feira	6ª Feira	Sábado	Domingo
3.1 - Abertura	h m	h m	h m	h m
3.2 - Encerramento	h m	h m	h m	h m
3.3 - Fecho para almoço (Duração)	h m	h m	h m	h m
3.4 - Número total de horas que o Estabelecimento esteve aberto ao público, durante o ano de 2006				

4 - Pessoal ao Serviço*, Horas Trabalhadas e Remunerações* Ilíquidas em 2006

- 4.1 - Total de Pessoas ao Serviço Total (Homens + Mulheres) 1
- 4.2 - Repartição do total do Pessoal ao Serviço, por género:
- | | |
|------------------------|------------------------|
| Homens (nº) | Mulheres (nº) |
| <input type="text"/> 1 | <input type="text"/> 2 |
- 4.3 - Repartição do total do Pessoal ao Serviço (Homens e Mulheres), por duração do trabalho:
- | | |
|------------------------|------------------------|
| A tempo completo* (nº) | A tempo parcial* (nº) |
| <input type="text"/> 1 | <input type="text"/> 2 |
- 4.4 - Repartição do número de horas trabalhadas, por duração do trabalho:
- | | | |
|---------------------------------|--------------------------------|------------------------|
| A tempo completo* (nº de horas) | A tempo parcial* (nº de horas) | Total (nº de horas) |
| <input type="text"/> 1 | <input type="text"/> 2 | <input type="text"/> 3 |
- 4.5 - Total de remunerações ilíquidas pagas em 2006 (Conta 642 do POC), por duração do trabalho:
- | | | |
|---------------------------|--------------------------|------------------------|
| A tempo completo* (Euros) | A tempo parcial* (Euros) | Total (Euros) |
| <input type="text"/> 1 | <input type="text"/> 2 | <input type="text"/> 3 |

5 - Características do Estabelecimento Comercial

- | | SIM | NÃO |
|---|------------------------|------------------------|
| 5.1 - O Estabelecimento está situado num Centro Comercial* ? | <input type="text"/> 1 | <input type="text"/> 2 |
| 5.2 - O Estabelecimento tem parque de estacionamento* ? | <input type="text"/> 1 | <input type="text"/> 2 |
| 5.3 - O Estabelecimento tem gestão informatizada* ? | <input type="text"/> 1 | <input type="text"/> 2 |
| 5.4 - Número de transacções em 2006 | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| 5.5 - Número de caixas de saída / pagamento | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| 5.6 - O Estabelecimento tem leitura óptica nas caixas de pagamento? | <input type="text"/> 1 | <input type="text"/> 2 |
| 5.7 - O Estabelecimento tem terminal de pagamento automático ? | <input type="text"/> 1 | <input type="text"/> 2 |

6 - Área do Estabelecimento (De preenchimento obrigatório mesmo que o tenha feito para 2005)

6.1 - Área Total do Estabelecimento (m ²) (6.1.1 + 6.1.2 + 6.1.3)					
6.1.1 - Área de Exposição e Venda*					
6.1.2 - Área de Armazém					
6.1.3 - Restante Área (Escritórios, etc.)					

7 - Volume de Negócios* realizado em 2006

	(EUROS)
7.1 - Volume de Negócios (7.1.1 + 7.1.2)	
7.1.1 - Vendas a Retalho	
7.1.2 - Prestação de Serviços	

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

7 - Volume de Negócios* realizado em 2006 (Cont.)

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

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

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

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

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

Notas explicativas:

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

Inquérito aos Estabelecimentos Comerciais
Unidades Comerciais de Dimensão Relevante
- Continente -
Comércio a Retalho
Instruções de Preenchimento

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

Não se esqueça que:

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

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

Departamento de Recolha de Informação

Serviço de Recolha de Dados – Lisboa 2

Telefone: 21 842 63 24

Fax: 21 842 63 60

e-mail: ucdr@ine.pt

PODERÁ RESPONDER POR VIA ELECTRÓNICA EM
<http://webInq.ine.pt/aderentes>

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 2000 m²;
- b) - Sendo de comércio a retalho não alimentar, disponham de uma área de venda contínua, igual ou superior a 4000 m²;
- c) - Sendo de comércio por grosso, disponham de uma área de venda contínua, igual ou superior a 5000 m²;
- d) - Sendo de comércio a retalho alimentar ou misto, pertencentes a uma empresa ou grupo que detenha, a nível do

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

QUADRO 4

4 – PESSOAL AO SERVIÇO, HORAS TRABALHADAS E REMUNERAÇÕES ILÍQUIDAS

4.1 – TOTAL DE PESSOAS AO SERVIÇO – Refere-se ao número médio de pessoas ao serviço.

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

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

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

4.5 – TOTAL DE REMUNERAÇÕES ILÍQUIDAS, POR DURAÇÃO DO TRABALHO

PESSOAL AO SERVIÇO

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

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

b) pessoal com vínculo a outras empresas/instituições que trabalharam na empresa/instituição sendo por esta directamente remunerados;

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

Não são consideradas como pessoal ao serviço as pessoas que:

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

NÚMERO MÉDIO DE PESSOAS AO SERVIÇO

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

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

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

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

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

QUADRO 5

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

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

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

QUADRO 6

6.1.1 – ÁREA DE EXPOSIÇÃO E VENDA – É toda a área destinada a venda onde os compradores têm acesso, ou os produtos se encontram expostos. Não inclui as áreas ocupadas pelo

armazenamento, pelos escritórios, serviços administrativos e ainda outros espaços não ligados directamente a exposição e venda.

Nota: Inclui a área de circulação respeitante à circulação dentro do recinto de venda, ou seja, no espaço limitado pelas caixas de saída. Não inclui as outras áreas de circulação no estabelecimento, fora do recinto de exposição e venda.

QUADRO 7

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

de serviços. Na prática, corresponde ao somatório das contas 71 e 72 do Plano Oficial de Contabilidade.

QUADRO 8

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

QUADRO 9

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

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

Instrumento de notação do Sistema Estatístico Nacional (Lei 6/89 de 15 de Abril), de resposta obrigatória. Registrado no INE sob o Nº 9779. válido até 31.12.2007.



INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA

ANO DE REFERÊNCIA : 2006

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 Recolha de Informação

Serviço de Recolha de Dados - Lisboa 2

Av. António José de Almeida 1000-043 LISBOA

Telephone: 21 842 63 24 Fax: 21 842 63 60 E-mail: ucdr@ine.pt

PODERÁ RESPONDER POR VIA ELECTRÓNICA EM

<http://webInq.ine.pt/aderentes>

1 - Caracterização da Empresa ou Entidade Equiparada

Nota: Preencha, por favor, os quesitos 1.1 e 1.2, se a informação for diferente do endereço acima personalizado.

1.1 - Designação Social (ou Firma):

1.2 - Morada:

Lote/Nº: _____ Andar: _____

Código Postal: | | | | - | | | | Localidade Postal:

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

1.4 - Actividade Principal* (Discrimine):

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

1.5.1 - Independente isolada* ☐ 1

1.5.2 - Associada*

1.5.3 - Integrada* ☐ 4

1.5.2.1 - Franchising * ☐ 2

Caso tenha assinalado esta quadrícula, indique, por favor,

a Insígnia:

1.5.2.2 - Outra ☐ 3

Caso tenha assinalado esta quadrícula, indique, por favor,

a Insígnia:

1.6 - Número Total de Estabelecimentos* Comerciais, no Continente				
---	-------	--	--	--

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

O responsável pela Informação:

Data: / /

Nome (Letra Maiúscula e Legível): _____ Localidade: _____

Telephone: _____ Fax: _____ e-mail: _____

Observações:

CARACTERIZAÇÃO DOS ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS

2 - IDENTIFICAÇÃO DO ESTABELECIMENTO

(Estabelecimentos não listados)
Nº DE ORDEM:

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

2.1 - Designação do Estabelecimento: 2.2 - Morada do Estabelecimento: Código Postal: - Localidade Postal: (a preencher pelo INE)Distrito: Município: Freguesia: 2.3 - Número de Pessoa Colectiva ou Equiparada (NPC): 2.4 - Insígnia do Estabelecimento: 2.5 - Actividade principal do Estabelecimento (discrimine): CAE-Rev. 2.1 (a preencher pelo INE)2.6 - Indique o número de meses de actividade do estabelecimento em 2006: 2.7 - Ano de Abertura do Estabelecimento (de resposta obrigatória, caso seja a 1ª vez que responde a este inquérito)

3 - Horário de Funcionamento

	2ª a 5ª Feira	6ª Feira	Sábado	Domingo
3.1 - Abertura	h m	h m	h m	h m
3.2 - Encerramento	h m	h m	h m	h m
3.3 - Fecho para almoço (Duração)	h m	h m	h m	h m
3.4 - Número total de horas que o Estabelecimento esteve aberto ao público, durante o ano de 2006				

4 - Pessoal ao Serviço*, Horas Trabalhadas e Remunerações* Ilíquidas em 2006

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

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

Homens (nº) 1 Mulheres (nº) 2

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

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

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

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

4.5 - Total de remunerações ilíquidas pagas em 2006 (Conta 642 do POC), por duração do trabalho:

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

5 - Características do Estabelecimento* Comercial

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

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

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

5.3 - Número de transacções em 2006

5.4 - Número de caixas de saída / pagamento

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

6 - Área do Estabelecimento (De preenchimento obrigatório mesmo que o tenha feito para 2005)	
6.1 - Área Total do Estabelecimento (m ²) (6.1.1 + 6.1.2 + 6.1.3)	
6.1.1 - Área de Exposição e Venda*	
6.1.2 - Área de Armazém	
6.1.3 - Restante Área (Escritórios, etc...)	

7 - Volume de Negócios* realizado em 2006	
	(EUROS)
7.1 - Volume de Negócios (7.1.1 + 7.1.2)	
7.1.1 - Vendas (7.1.1.1 + 7.1.1.2)	
7.1.1.1 - Vendas por Grosso (Repartido em 7.2)	
7.1.1.2 - Outras Vendas (a retalho, etc...)	
7.1.2 - Prestação de Serviços	

DISCRIMINAÇÃO	VENDAS POR GROSSO
	(EUROS)
1	2
7.2 - Total de Vendas por Grosso (7.2.1 + 7.2.2 + 7.2.3 + 7.2.4 + 7.2.5 + 7.2.6)	
7.2.1 Produtos agrícolas brutos e animais vivos	
7.2.2 Produtos alimentares, bebidas e tabaco	
7.2.2.01 Carne e produtos à base de carne (a)	
7.2.2.02 Peixe, crustáceos, moluscos e produtos derivados	
7.2.2.03 Frutas e produtos hortícolas	
7.2.2.04 Produtos de padaria	
7.2.2.05 Açúcar, chocolate e produtos de confeitaria (b).....	
7.2.2.06 Azeite, óleos e gorduras alimentares	
7.2.2.07 Arroz, massas, farinhas, outros amidos, batatas fritas, snacks e aperitivos	
7.2.2.08 Leite, seus derivados e ovos	
7.2.2.09 Café, chá, cacau e especiarias	
7.2.2.10 Cereais, papas, bolachas, biscoitos, bolos, mel, compotas, cremes de barrar e outros produtos similares (embalados).....	
7.2.2.11 Bebidas não alcoólicas	
7.2.2.12 Bebidas alcoólicas	
7.2.2.13 Alimentos para animais de estimação	
7.2.2.14 Tabaco manufacturado	
7.2.2.99 Outros produtos alimentares acima não especificados (c).....	
7.2.3 Bens de consumo doméstico, excepto alimentação, bebidas e tabaco	
7.2.3.01 Perfumes, cosméticos e produtos de higiene pessoal	
7.2.3.02 Produtos farmacêuticos (d).....	
7.2.3.03 Vestuário e acessórios de vestuário	
7.2.3.04 Calçado	
7.2.3.05 Produtos de limpeza e similares para uso doméstico (e).....	
7.2.3.06 Mobiliário e bens de equipamento para o lar (f)	
7.2.3.07 Cutelaria, louças em cerâmica e em vidro, papel de parede	
7.2.3.08 Têxteis para vestuário e uso doméstico e artigos de retrosaria	
7.2.3.09 Electrodomésticos, material eléctrico para instalação, aparelhos de iluminação, de rádio de televisão, de vídeo, discos, cassetes, CD e DVD (g)	
7.2.3.09.1 Electrodomésticos, material eléctrico para instalação, aparelhos de iluminação	
7.2.3.09.2 Aparelhos de rádio, televisão, vídeo, discos, cassetes, CD e DVD (g)	
7.2.3.10 Livros, jornais, revistas e artigos de papelaria	
7.2.3.11 Brinquedos e jogos	
7.2.3.12 Artigos de desporto (h)	
7.2.3.99 Outros bens de consumo doméstico	

7 - Volume de Negócios* realizado em 2006 (Cont.)

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

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

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

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

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

Notas explicativas:

- (a) Inclui miudezas alimentares, conservas e preparações à base de carne.
- (b) Inclui gelados e sorvetes.
- (c) Inclui produtos hortícolas transformados, produtos alimentares homogeneizados e dietéticos.
- (d) Inclui especialidades farmacêuticas, instrumentos médico-cirúrgicos e ortopédicos.
- (e) Inclui artigos de limpeza como detergentes e outros produtos para roupa e louça, lixívia e outros branqueadores, produtos de limpeza para o chão, para o mobiliário e outros equipamentos domésticos, etc.
- (f) Inclui aparelhos não eléctricos de uso doméstico e ainda artigos de madeira, cortiça, vime e similares, revestimentos para pavimentos e artigos e equipamentos para uso doméstico n.e.
- (g) Inclui auto-rádios.
- (h) Inclui esquis, artigos e equipamento para atletismo e desportos ao ar livre, bicicletas, embarcações de recreio, etc..
- (i) Inclui componentes e equipamentos electrónicos n.e.

Inquérito aos Estabelecimentos Comerciais
Unidades Comerciais de Dimensão Relevante
- Continente -
Comércio por Grosso
Instruções de Preenchimento

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

Não se esqueça que:

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

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

Departamento de Recolha de Informação

Serviço de Recolha de Dados – Lisboa 2

Telephone: 21 842 63 24

Fax: 21 842 63 60

e-mail: ucdr@ine.pt

PODERÁ RESPONDER POR VIA ELECTRÓNICA EM
<http://webInq.ine.pt/aderentes>

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 2000 m²;
- b) - Sendo de comércio a retalho não alimentar, disponham de uma área de venda contínua, igual ou superior a 4000 m²;
- c) - Sendo de comércio por grosso, disponham de uma área de venda contínua, igual ou superior a 5000 m²;
- d) - Sendo de comércio a retalho alimentar ou misto, pertencentes a uma empresa ou grupo que detenha, a nível do

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

QUADRO 4

4 – PESSOAL AO SERVIÇO, HORAS TRABALHADAS E REMUNERAÇÕES ILÍQUIDAS

4.1 – TOTAL DE PESSOAS AO SERVIÇO – Refere-se ao número médio de pessoas ao serviço.

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

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

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

4.5 – TOTAL DE REMUNERAÇÕES ILÍQUIDAS, POR DURAÇÃO DO TRABALHO

PESSOAL AO SERVIÇO

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

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

b) pessoal com vínculo a outras empresas/instituições que trabalharam na empresa/instituição sendo por esta directamente remunerados;

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

Não são consideradas como pessoal ao serviço as pessoas que:

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

NÚMERO MÉDIO DE PESSOAS AO SERVIÇO

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

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

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

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

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

QUADRO 5

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

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

QUADRO 6

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

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

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

QUADRO 7

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

QUADRO 8

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

QUADRO 9

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