



INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA
PORTUGAL



O perfil das grandes unidades comerciais em Portugal

1993 - 2001

Ano de edição 2003

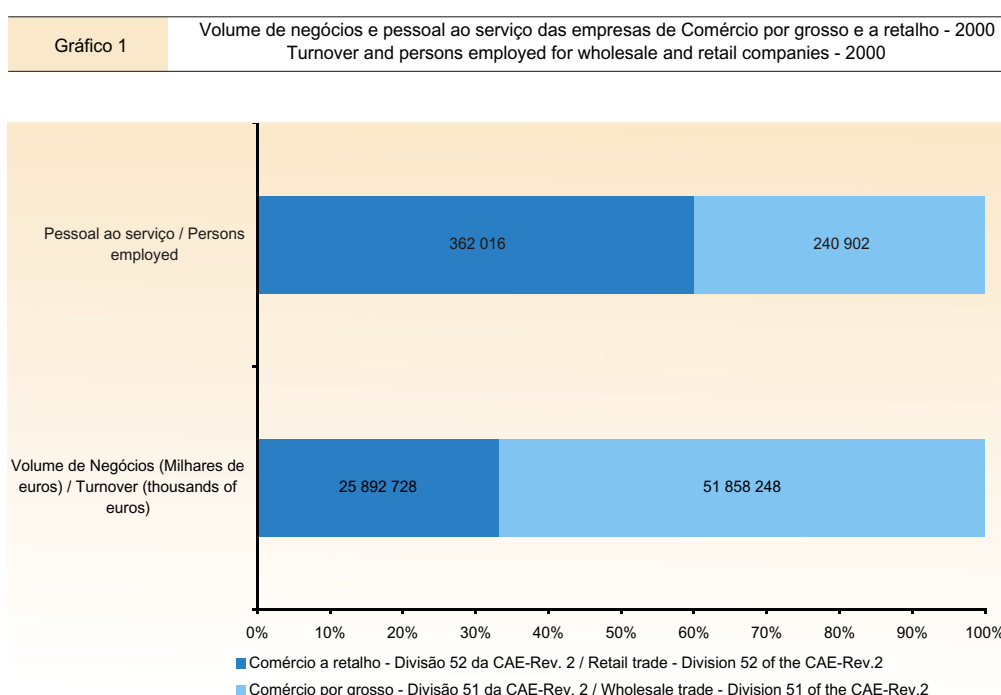


Em 2000, as empresas de Comércio a retalho, estabelecidas em Portugal Continental, empregavam 362 016 pessoas (60,0% no total do Comércio por grosso e a retalho - divisões 51 e 52 da CAE-Rev. 2).

Por sua vez, nesse mesmo ano, o Volume de Negócios gerado por empresas de Comércio por grosso ascendeu a 51 858,2 milhões de euros, o que representava cerca de 66,7% do total do Comércio.

In 2000, the retail companies established in Mainland Portugal employed 362,016 people (60.0% of the total for the Wholesale and Retail Trade – divisions 51 and 52 of CAE-Rev. 2).

In turn, during this same year, the Volume of Trade generated by wholesale companies totalled 51,858.2 million Euros, representing roughly 66.7% of the trade total.



Em 1993, as Grandes Superfícies Retalhistas Alimentares (GSRA) existentes em Portugal Continental eram 35, aumentando para 46 em 1994. Em 1995, ano em que passaram também a ser considerados Grandes Superfícies Comerciais os estabelecimentos com área de exposição e venda entre os 1000 e os 1999 m², encontravam-se em actividade 75 unidades, tendo alcançado as 92 em 1999. Nesse último ano, o conjunto dos estabelecimentos gerou um Volume de Vendas a Retalho no valor de 2 864,8 milhões de euros, acima dos 2 582,8 milhões obtidos em 1995 (mais 10,9%).

In 1993, there were 35 food retail companies in Mainland Portugal, a number which increased to 46 in 1994. In 1995, a year when establishments with a floor space of 1,000 to 1,900 m² began to be considered Large Retail Outlets, 75 units were active, a number which rose to 92 in 1999. That year, retail establishments as a whole generated a Turnover of 2,864.8 million euros, up 10% over the 2,582.8 million euros recorded in 1995.

Entre 1995 e 1998, o número de pessoas ao serviço de GSRA aumentou 21,9%, ao passar de 15 997 para 19 183 pessoas, enquanto a área média de exposição e venda destes estabelecimentos, em 1997, ascendia a 4 191 m², tendo aumentado 12,1% até 1999, reflectindo, sobretudo, o aumento de superfícies nos dois escalões de maior dimensão.

Com o alargamento da base do Inquérito aos Estabelecimentos Comerciais em 2000, resultado da adequação ao novo conceito “*Unidade Comercial de Dimensão Relevante*” - UCDR (ver nota metodológica), contavam-se 959 estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, distribuídos por uma área de exposição e venda total de 1 041 663 m². Estes estabelecimentos dispunham de 41 083 pessoas ao serviço e davam origem a 24,2% do total do Volume de Negócios do Comércio a retalho (Divisão 52 da CAE-Rev. 2). Em 2001, o número de estabelecimentos deste tipo aumentou para 992, dispondo de uma área de exposição e venda de 1 072 889 m², originando um Volume de Negócios de 6 697,3 milhões de euros e tendo 41 829 pessoas ao serviço.

Por sua vez, as UCDR de Comércio a retalho especializado não alimentar alcançaram as 294 unidades em 2000, passando para 348 em 2001. No último ano da análise, estes estabelecimentos dispunham de uma área de exposição e venda total de 310 303 m², mais 15,9% do que no ano anterior. Relativamente ao Volume de Negócios realizado, estes estabelecimentos atingiram os 990,7 milhões de euros em 2001, acima dos 878,6 milhões (3,4% do total da divisão 52 da CAE-Rev. 2) observados um ano antes. O pessoal ao serviço destas unidades atingiu um total de 6 049 em 2000 (1,7% do total do Comércio a retalho), verificando-se um aumento de 12,4% em 2001.

Between 1995 and 1998, the number of persons employed in large retail outlets increased 21.9%, rising from 15,997 to 19,183 persons, while the average floor space of these establishments in 1997 was 4,191 m², increasing 12.1% in 1999, reflecting, above all, an increase in the number of retail outlets in the two largest size categories.

With the enlargement of the base of the Commercial Establishments Survey in 2000, resulting from an adjustment to the new concept of “Large-Sized Commercial Units” – UCDR (see methodological note), there were 959 food and mixed retail establishments, with a total floor space of 1,041,663 m². These establishments employed 41,083 persons and accounted for 24.2% of total Retail Turnover (Division 52 of the CAE-Rev. 2). In 2001, the number of these establishments grew to 992, with a floor space of 1,072,889 m², generating a Turnover of 6,697.3 million euros and employing 41,829 persons.

In turn, non-food specialist retail UCDR totalled 294 units in 2000, growing to 348 in 2001. In the last year of the analysis, these establishments had a total floor space of 310,303 m², up 15.9% over the previous year. These establishments turned over 990.7 million euros in 2001, an improvement over the 878.6 million euros (3.4% of the total of division 52 of the CAE-Rev. 2) recorded one year earlier. The number of persons employed by these units totalled 6,049 in 2000 (1.7% of the retail trade total), a figure which rose 12.4% in 2001.

O Comércio por grosso em UCDR atingiu um Volume de Negócios de 1 830,9 milhões de euros em 2000 (3,5% do total do Comércio por grosso), registando-se um crescimento de 2,4% em 2001. Nesse último ano, estes estabelecimentos contavam com 5 431 pessoas ao serviço, distribuídas por 104 estabelecimentos, traduzindo uma variação de 3,2% face ao ano anterior.

Em 2000 e 2001, constatou-se que a área de exposição e venda das UCDR de Comércio alimentar e misto não estava distribuída de forma muito desigual pelas regiões do Continente, mas o mesmo não se verificou ao nível das UCDR de Comércio a retalho especializado não alimentar.

Com efeito, em 2000, o número de residentes por m² de área de exposição e venda das UCDR de Comércio a retalho alimentar e misto ascendeu a 9 em Portugal Continental, observando-se um mínimo de 7 residentes por estabelecimento na região do Algarve e um máximo de 11 nas regiões do Norte e do Alentejo. Por sua vez, em Lisboa este indicador ficou-se pelos 8 residentes.

Por seu lado, no Comércio a retalho especializado não alimentar, este indicador atingiu valores muito diferentes em cada região. No Algarve, observou-se um total de 16 residentes por m² de área de exposição e venda, bem abaixo do verificado para Portugal Continental, que atingiu os 37 residentes. Por sua vez, na região do Alentejo este número cifrou-se bastante elevado, 133 residentes, o que demonstra uma área de exposição e venda disponível muito inferior às das outras regiões, em relação ao número de residentes.

The wholesale trade in UCDR recorded a Turnover of 1,830.9 million euros in 2000 (3.5% of the total for the wholesale trade), up 2.4% vis-à-vis 2001. In the latter year, these establishments employed 5,431 persons in 104 outlets, representing an increase of 3.2% over the previous year.

In 2000 and 2001, the floor area of the food and mixed retail UCDR was distributed fairly evenly among the Mainland regions, but this was not the case of non-food specialist retail UCDR.

In effect, in 2000, the number of residents per m² of floor space per food and mixed retail UCDR rose to 9, in Mainland Portugal, with a minimum of 7 residents per establishment in the Algarve and a maximum of 11 in the North and Alentejo. This indicator for Lisbon showed only 8 residents.

On the other hand, in the non-food specialist retail sector, this indicator differed considerably from region to region. The Algarve recorded a total of 16 residents per m² of floor space, well below the figure for Mainland Portugal, which was 37 residents. In Alentejo, this number jumped to 133 residents, showing considerably less available floor space in relation to the number of residents than in other regions.

Quadro 1 As UCDR e os estabelecimentos dos Centros Comerciais - 2000 UCDR and Shops in Shopping Centres - 2000			
Variável / Variable	UCDR		Estab. dos Centros Comerciais / Shopping Centre Shops ^(a)
	Comércio a retalho alimentar e misto / food and mixed retail trade	Comércio a retalho especializado não alimentar / Non-food specialist retail trade	
2000			%
Pessoal ao serviço no total do Comércio a retalho - Divisão 52 da CAE-Rev. 2 / Persons employed as part of total for the Retail Trade - Division 52 of the CAE-Rev. 2 (%)	11,3	1,7	21,1
Volume de negócios no total do Comércio a retalho - Divisão 52 da CAE-Rev. 2 / Turnover as part of total for Retail Trade - Division 52 of the CAE-Rev. 2 (%)	24,2	3,4	22,9
Número de residentes por m ² / Number of residents per m ²	9	37	5

^(a) Considerando apenas os estabelecimentos das actividades inquiridas (ver nota metodológica)
Considers only the shops for the activities surveyed (see methodological note)

Em 1999, através do inventário realizado pelo INE e pelo Observatório do Comércio, verificou-se que existiam 745 Centros Comerciais em Portugal Continental, com 28 760 estabelecimentos inventariados, dos quais 74,3% estavam em funcionamento.

Cerca de 46,8% do Volume de Negócios dos estabelecimentos (apenas os respeitantes às actividades seleccionadas para inquirição) desenvolviam actividades de Comércio a retalho de produtos alimentares, bebidas e tabaco, 16,9% de Comércio a retalho de produtos têxteis, vestuário, calçado e artigos de couro, 8,7% de Comércio a retalho de produtos para a casa e para o lar, e 5,9% de restauração.

In 1999, an inventory taken by the INE and by the Trade Observatory showed that there were 745 Shopping Centres in Mainland Portugal, with 28,760 shops inventoried, of which 74.3% were operational.

Roughly 46.8% of Turnover was recorded by shops (only those engaged in the activities selected for the survey) engaged in the retail sale of food, beverages and tobacco, 16.9% textiles, clothing, footwear and leather goods, 8.7% household goods and 5.9%, products for restaurants.

O pessoal ao serviço dos estabelecimentos de Comércio a retalho de produtos alimentares, bebidas e tabaco nos Centros Comerciais atingiu as 20 144 pessoas (26,8% do total dos estabelecimentos seleccionados) em 1999.

O Volume de Negócios dos estabelecimentos dos Centros Comerciais ascendeu a 5 895,2 milhões de euros em 1999 e, em 2000, alcançou os 5 930,8 milhões (cerca de 22,9% do total da divisão 52 da CAE-Rev. 2). No ano seguinte, o Volume de Negócios atingiu os 6 048,4 milhões de euros, num total de 759 Centros Comerciais, com 19 472 estabelecimentos seleccionados.

O pessoal ao serviço dos 18 584 estabelecimentos seleccionados em 1999 era de 75 140. Por sua vez, em 2000, o pessoal ao serviço destas unidades representava 21,1% do total do Comércio a retalho, com 76 439 trabalhadores, tendo-se registado um aumento de 7,8% em 2001.

Considerando a área total dos estabelecimentos dos Centros Comerciais em Portugal Continental, registou-se um valor médio de 5 residentes por m², verificando-se que Lisboa e Vale do Tejo e Norte se situavam muito próximos desse valor, enquanto o Alentejo apresentava 21 residentes por m².

The number of persons employed by shops selling food, beverages and tobacco in Shopping Centres totalled 20,144 (26.8% of the total for the shops selected) in 1999.

The Turnover of Shopping Centre shops totalled 5,895.2 million euros in 1999 and, in 2000, 5,930.8 million (22.9% of the total for division 52 of the CAE-Rev. 2). The following year, Turnover stood at 6,048.4 million euros for a total of 759 Shopping Centres and 19,472 selected shops.

The number of persons employed in the 18,584 shops selected in 1999 was 75,140. In turn, in 2000, the number of persons employed in these units accounted for 21.1% of the total for the retail industry, with 76,439 workers, representing an increase of 7.8% in 2001.

Based on the total area of Shopping Centres shops in Mainland Portugal, the average number of residents per m² was 5. Lisbon and the Tagus Valley and the North were both very close to this figure, while Alentejo recorded a total of 21 residents per m².

NOTA INTRODUTÓRIA

A presente publicação, denominada “O Perfil das Grandes Unidades Comerciais em Portugal”, elaborada no âmbito de um protocolo de colaboração técnica entre o Observatório do Comércio (OC) e o Instituto Nacional de Estatística (INE), tem como objectivo dar a conhecer os principais resultados do Inquérito aos Estabelecimentos Comerciais – Grandes Superfícies Retalhistas Alimentares (GSRA) de 1993 a 1999; do Inquérito às Unidades Comerciais de Dimensão Relevante (UCDR), referente a 2000 e 2001 e do Inquérito aos Estabelecimentos dos Centros Comerciais referente aos anos de 1999 a 2001.

Considerando as significativas alterações legais ocorridas, a leitura atenta das Notas Metodológicas é essencial para a adequada análise e interpretação dos resultados apresentados.

A informação estatística agora divulgada, corresponde a um resumo dos dados disponíveis no INE, sendo possível fornecer outra informação estatística não publicada, em condições a acordar e, mediante pedido específico para o efeito, salvaguardando sempre o princípio do segredo estatístico.

O INE agradece a colaboração de todas as entidades que contribuíram para a disponibilização desta informação, solicitando, também, todas as sugestões que permitam a sua melhoria.

Novembro 2002

SIMBOLOGIA

SINAIS CONVENCIONAIS

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

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

SIGLAS E ABREVIATURAS

CAE Rev. 2	Classificação das Actividades Económicas – Revisão 2
Nº	Número
NUTS	Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos

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

Departamento de Estatísticas da Indústria e Serviços
Serviço de Estatísticas dos Serviços
Núcleo de Estatísticas do Comércio Interno

Telefone: 21 842 61 00 ; Extensões: 1327, 1304

Fax: 21 842 63 55

email: mfernanda.jordao@ine.pt; jose.miranda@ine.pt;

Análise estrutural

1.1

1.1.1 Grandes Superfícies Retalhistas Alimentares (GSRA)

No período compreendido entre 1993 e 1999, verificaram-se alterações, significativas neste domínio, nomeadamente, ao nível da legislação, aparecimento de novos tipos de Comércio e da situação concorrencial, que devem ser tidas em conta na interpretação dos dados aqui apresentados.

De 1994 para 1995, o número de GSRA passou de 46 para 75 unidades, o que se ficou a dever ao alargamento do âmbito das GSRA aos estabelecimentos com área de exposição e venda entre 1 000 e 1 999 m² em concelhos com menos de 30 000 habitantes, que representavam 34,7% do total de estabelecimentos nesse ano.

Em 1995, deu-se uma reorganização dos estabelecimentos dos segundo e terceiro escalões, resultado, em parte, da aquisição de unidades já existentes por parte de algumas cadeias comerciais, que adaptaram a área de exposição e venda ao seu formato de Comércio.

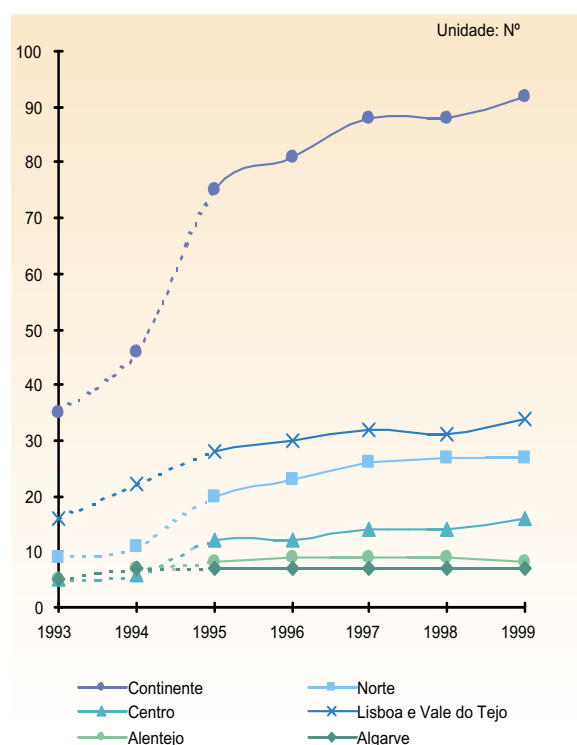
Contudo, em 1996 e 1997, observaram-se, de novo, alterações na distribuição nos estabelecimentos dos escalões acima referidos, o que se ficou a dever a adaptações que algumas unidades levaram a cabo para fazer face aos novos horários de funcionamento.

Em 1993, existiam 35 GSRA com área de exposição e venda igual ou superior a 2 000 m² em Portugal Continental, estando 71,4% estabelecidas nas regiões de Lisboa e Vale do Tejo e Norte. A partir de 1995, as superfícies com área de exposição e venda

entre 1 000 e 1 999 m² passaram a ser também consideradas grandes superfícies, pelo que o total de estabelecimentos ascendia a 75 nesse ano, com as regiões de Lisboa e Vale do Tejo e do Norte a disporem, respectivamente, de 37,3% desses estabelecimentos. Em 1999, 66,3% dos estabelecimentos estavam localizados nas regiões de Lisboa e Vale do Tejo e Norte.

Gráfico 1.1.1.1

Número de GSRA segundo a NUTS II

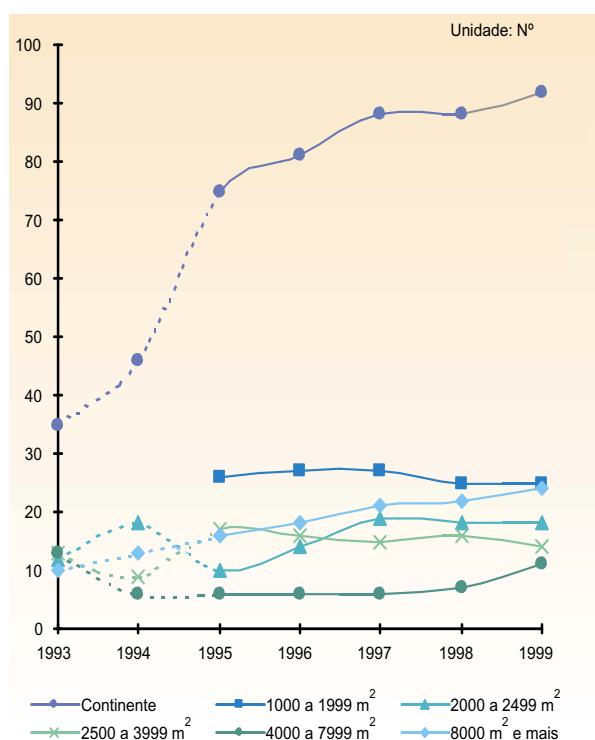


Nota 1: Em 1993 e 1994 os dados relativos às regiões do Alentejo e do Algarve estão agrupados por razões de segredo estatístico

Em 1995, 34,6% do total de estabelecimentos contavam com uma área de exposição e venda entre 1 000 e 1 999 m², enquanto em 1999, o número de GSRA atingia as 92 unidades, das quais, 27,2% tinham uma área de exposição e venda entre 1 000 e 1 999 m², e 26,1% dispunham de 8 000 m² ou mais.

Gráfico 1.1.1.2

Número de GSRA, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



Nota 1: Em 1993 e 1994, os dados disponíveis não permitem a desagregação para os estabelecimentos do terceiro e do quarto escalão

Em 1995, apenas 49,3% das superfícies em funcionamento abriam ao público até às 9 horas, passando para 83,7% em 1999.

Por sua vez, em termos de horário de encerramento, em 1995, 61,3% dos estabelecimentos fechavam depois das 21 horas, percentagem que decresceu para 55,4%, em 1999.

Quadro 1.1.1.1

Número de estabelecimentos por horário de funcionamento

Unidade: Nº

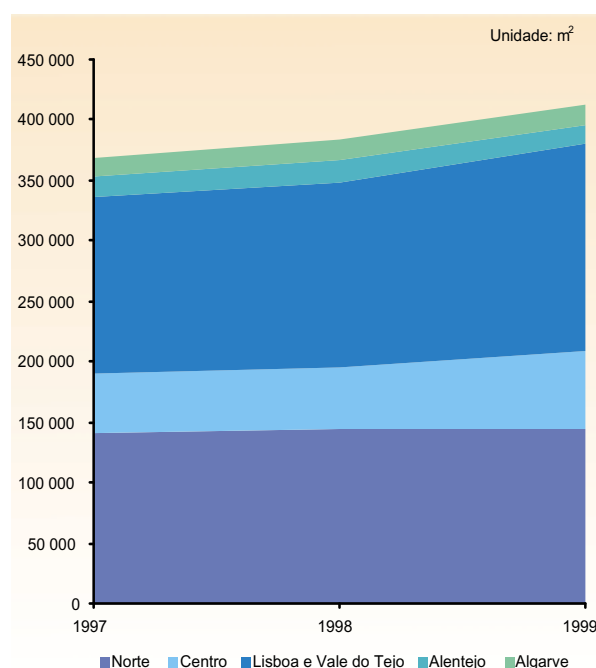
Ano	Horário de funcionamento			
	Abertura		Fecho	
	Até às 9h00m	Depois das 9h00m	Até às 21h00m	Depois das 21h00m
1993 ^{a)}	13	22	1	34
1994 ^{a)}	20	26	15	31
1995	37	38	29	46
1996	46	35	39	42
1997	56	32	43	45
1998	62	26	43	45
1999	77	15	41	51

a) Em 1993 e 1994, os estabelecimentos com área de exposição e venda inferior a 2 000 m² não eram considerados grandes superfícies

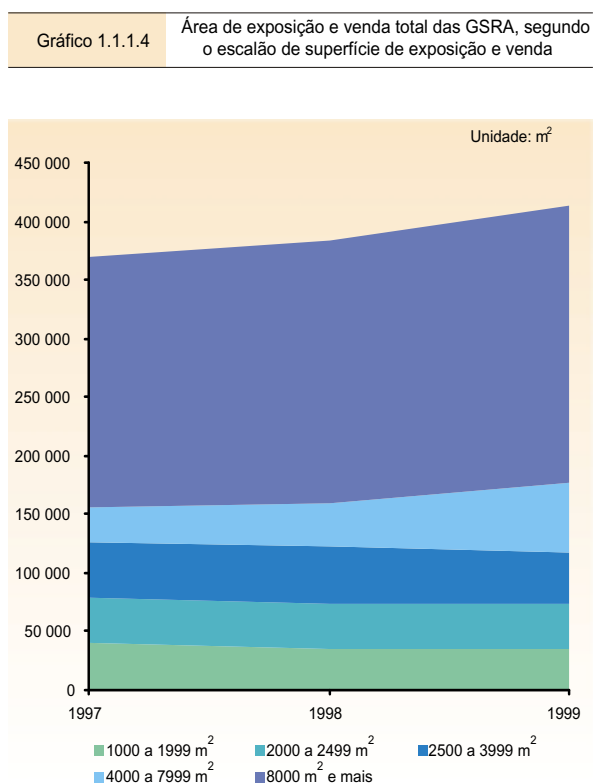
As 92 unidades existentes em 1999, dispunham de um total de 413 314 m² de área de exposição e venda, o que correspondia a 24 residentes por m². Nesse ano, 41,5% do total da superfície de exposição e venda, distribuída por todas as regiões, estava concentrada na região de Lisboa e Vale do Tejo, enquanto a região Norte dispunha de 34,7% dessa área. Por sua vez, 4,2% da superfície de exposição e venda total estava à disposição das superfícies estabelecidas na região do Algarve.

Gráfico 1.1.1.3

Área de exposição e venda total das GSRA, segundo a NUTS II



Em 1999, dos 413 314 m² de área de exposição e venda total do conjunto das GSRA, 57,4% estava afecta a estabelecimentos com 8 000 m² ou mais de superfície de exposição e venda. O total dos estabelecimentos com área entre 4 000 e 7 999 m² dispunham de 14,4% da área de exposição e venda total, enquanto apenas 8,4% estava afecta aos estabelecimentos do primeiro escalão.

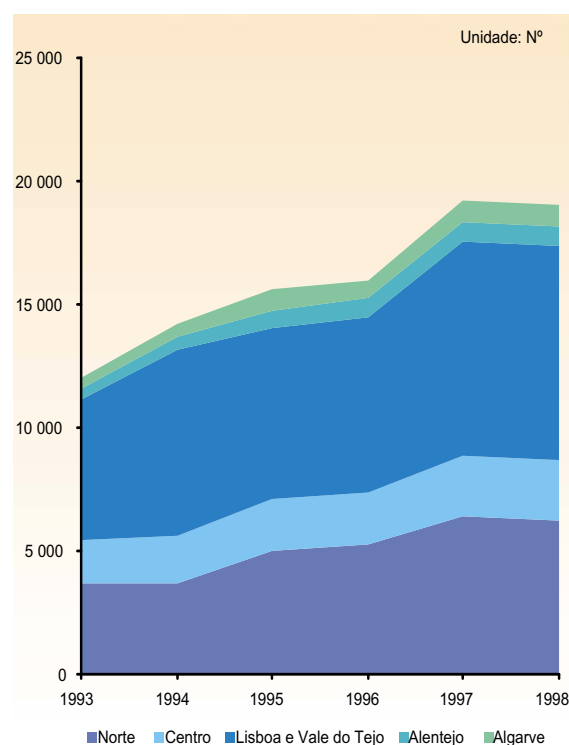


Em 1998, o pessoal ao serviço das GSRA em Portugal Continental atingiu as 19 020 pessoas, mais 21,9% do que em 1995, sendo que as regiões do Norte e de Lisboa e Vale do Tejo dispunham de 32,8% e 45,9%, respectivamente, do total do pessoal ao serviço, um cenário semelhante ao observado em 1995.

De referir ainda que, em 1999, não foi possível obter dados relativos ao pessoal ao serviço destes estabelecimentos, devido ao desenvolvimento de novas formas de Comércio, especializadas em determinado tipo de bens, por parte de cadeias

comerciais existentes. Isto originou alguma sobreposição do pessoal ao serviço nas GSRA dessas cadeias e nos novos formatos criados. Para além disso, algumas empresas tiveram alguma dificuldade em diferenciar o pessoal em regime de tempo parcial e de tempo integral.

Gráfico 1.1.1.5 Número de pessoas ao serviço segundo a NUTS II

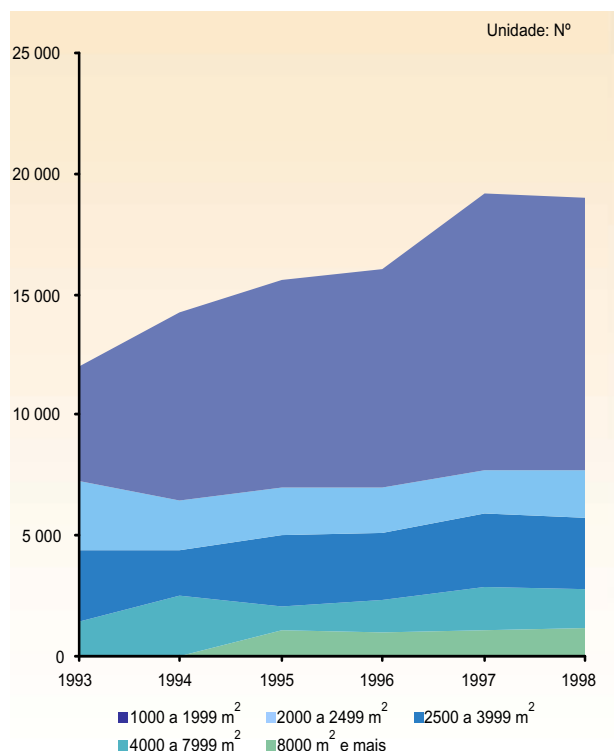


Nota 1: Em 1993 e 1994 os dados relativos às regiões do Alentejo e do Algarve estão agrupados por razões de segredo estatístico

As unidades com 8 000 m² ou mais de área de exposição e venda empregavam 8 635 pessoas em 1995, ou seja, 55,3% do total do pessoal ao serviço de GSRA, seguidas dos estabelecimentos com área entre 2 500 e 3 999 m², que contavam com 19,1% do pessoal ao serviço. Em 1998, estas percentagens atingiam os 59,5% e os 15,5%, respectivamente. Por sua vez, o conjunto dos estabelecimentos com área de exposição e venda entre 1 000 e 1 999 m² empregavam apenas 6,0% do total do pessoal ao serviço, ligeiramente menos do que em 1995, quando atingiu os 6,8% do total.

Gráfico 1.1.1.6

Número de pessoas ao serviço, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

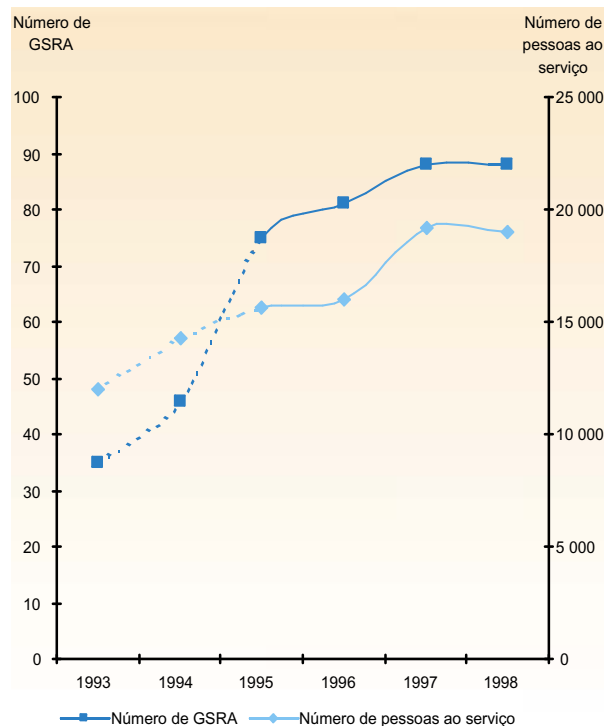


Nota 1: Em 1993 e 1994, os dados disponíveis não permitem a desagregação para os estabelecimentos do terceiro e do quarto escalão

Em 1995, o número médio de pessoas ao serviço por estabelecimento em Portugal Continental era de 218, número que se manteve em 1998. Apenas nas regiões do Alentejo e de Lisboa e Vale do Tejo este número aumentou, atingindo, respectivamente, os 95 e os 284 trabalhadores por estabelecimento em 1998. Este número sofreu uma redução significativa na região Norte, descendo para 232 empregados, face aos 263 com que contava em 1995.

Gráfico 1.1.1.7

Evolução do número de GSRA e do número de pessoas ao serviço

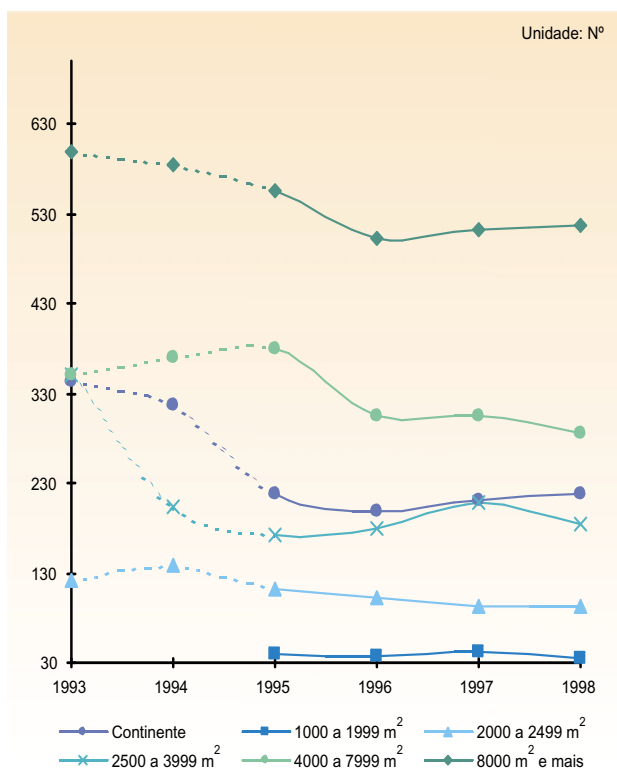


Nota: Em 1993 e em 1994, os estabelecimentos com área de exposição e venda inferior a 2 000 m² não eram considerados grandes superfícies

Entre 1995 e 1998, o decréscimo do número médio de pessoas ao serviço por estabelecimento foi mais acentuado no conjunto das unidades dos dois últimos escalões, como é possível constatar pela leitura do gráfico que se segue, apresentado abaixo. Por outro lado, o número médio de pessoas ao serviço dos estabelecimentos com área de exposição e venda entre 1 000 e 1 999 m² diminuiu para 34 em 1998, abaixo dos 40 observados em 1995.

Gráfico 1.1.1.8

Número médio de pessoas ao serviço, por estabelecimento, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



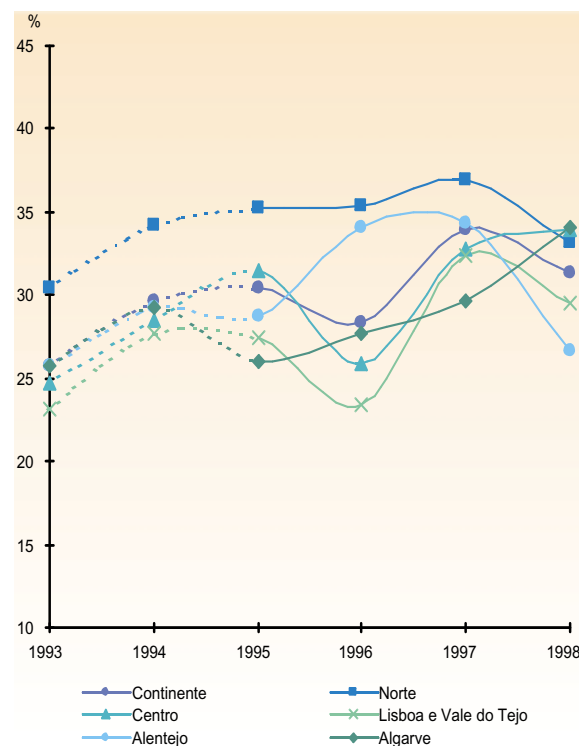
Nota 1: Em 1993 e 1994, os dados disponíveis não permitem a desagregação para os estabelecimentos do terceiro e do quarto escalão

Nota 2: Considerando apenas os estabelecimentos em funcionamento os doze meses de cada ano

Entre 1995 e 1998 a percentagem de pessoas ao serviço em regime de tempo parcial aumentou ligeiramente, para 31,4%, face aos 30,5% registados em 1995. A região do Algarve foi aquela onde o pessoal a tempo parcial se tornou mais representativo, atingindo os 34,1% em 1998, significativamente acima dos 26,1% verificados em 1995. No entanto, nas regiões Norte e Alentejo observou-se uma descida do peso relativo do pessoal ao serviço a tempo parcial nas GSRA.

Gráfico 1.1.1.9

Peso relativo do pessoal ao serviço a tempo parcial, segundo a NUTS II

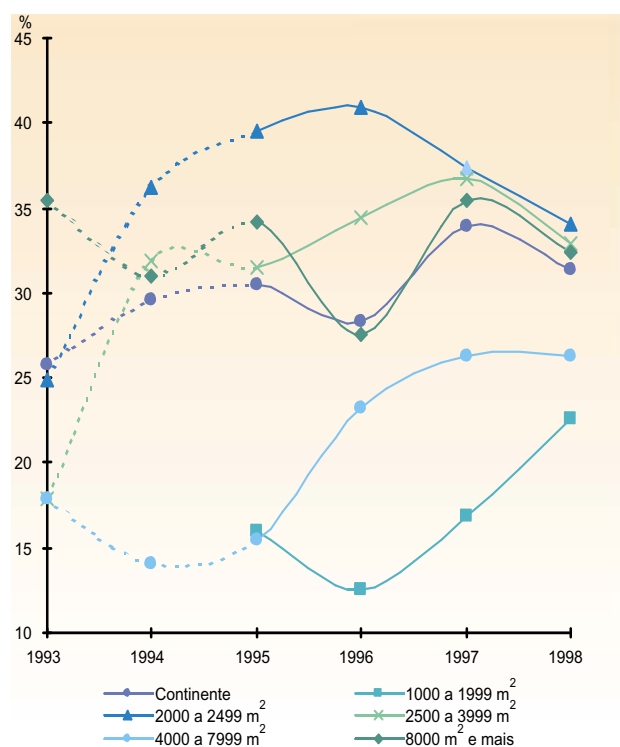


Nota 1: Em 1993 e 1994 os dados relativos às regiões do Alentejo e do Algarve estão agrupados por razões de segredo estatístico

Nas superfícies com área de exposição e venda entre 4 000 e 7 999 m² verificou-se um aumento em 11 pontos percentuais do peso relativo do pessoal ao serviço a tempo parcial nas GSRA. No universo das unidades com área entre 1 000 e 1 999 m² também se verificou um aumento significativo da percentagem de pessoas ao serviço a tempo parcial, atingindo os 22,6% em 1998, face aos 16,0% alcançados em 1995. De referir ainda que o peso relativo do pessoal ao serviço, neste regime contratual, decresceu nos casos das superfícies com área de exposição e venda entre 2 000 e 2 499 m² e com 8 000 m² ou mais.

Gráfico 1.1.1.10

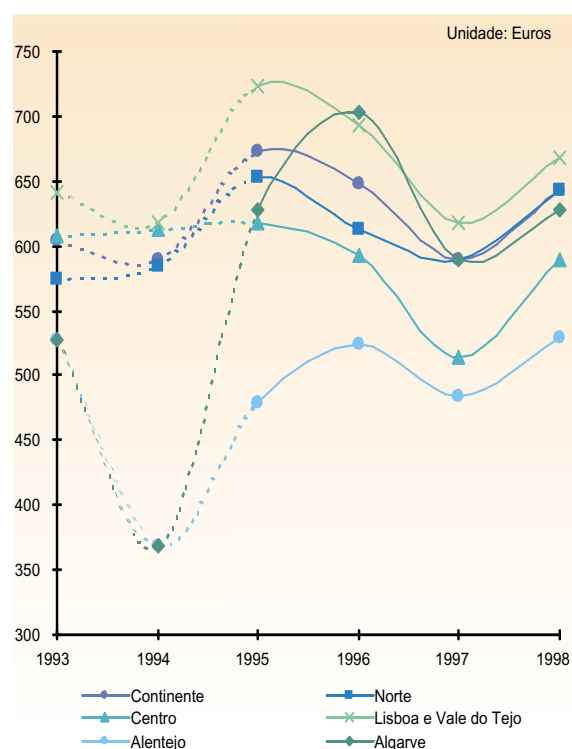
Peso relativo do pessoal ao serviço a tempo parcial, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



Nota 1: Em 1993 e 1994, os dados disponíveis não permitem a desagregação para os estabelecimentos do terceiro e do quarto escalão

Gráfico 1.1.1.11

Remuneração média mensal das GSRA, segundo a NUTS II



Nota 1: Em 1993 e 1994 os dados relativos às regiões do Alentejo e do Algarve estão agrupados por razões de segredo estatístico

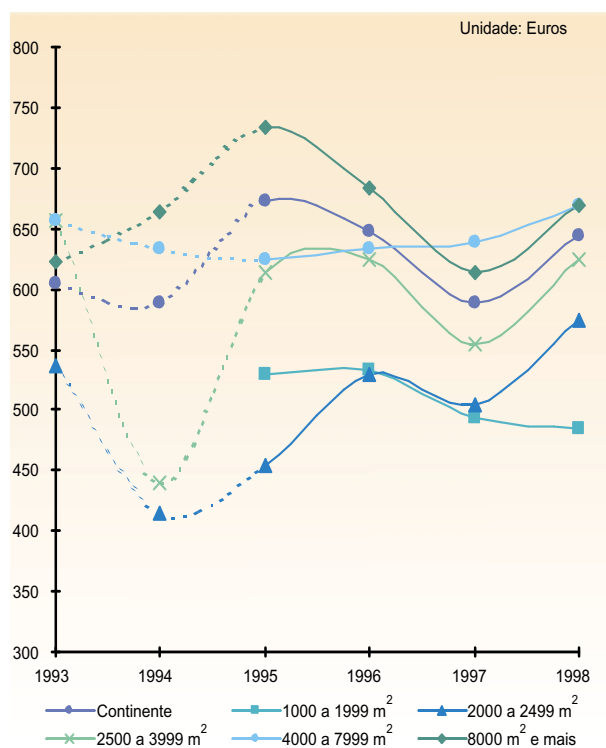
Nota 2: Considerando apenas os estabelecimentos em funcionamento os doze meses de cada ano

A remuneração média mensal auferida nas GSRA de Portugal Continental atingiu os 643 euros em 1998, menos 4,5% do que o valor observado em 1995. As GSRA estabelecidas na região de Lisboa e Vale do Tejo foram aquelas onde se observou uma diminuição mais significativa da remuneração média mensal, resultado, em parte, do aumento do peso relativo do pessoal ao serviço a tempo parcial. Por outro lado, no Alentejo, a remuneração média mensal auferida nas GSRA assumiu o valor mais baixo em 1998, embora tivesse registado um acréscimo de 10,4% desde 1995.

A remuneração média mensal das GSRA aumentou para os estabelecimentos incluídos em escalões de superfície de exposição e venda superiores, atingindo um máximo de 668 euros em 1998 nas GSRA com 8 000 m² ou mais de área de exposição e venda. Nas unidades do primeiro e do último escalão, esta variável sofreu decréscimos de, respectivamente, 45 e 65 euros entre 1995 e 1998, enquanto nas unidades dos restantes escalões se observaram acréscimos, sendo o mais significativo nas superfícies com área entre 2 000 e 2 499 m², onde atingiu os 574 euros em 1998, mais 26,4% do que em 1995.

Gráfico 1.1.1.12

Remuneração média mensal das GSRA, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



Nota 1: Em 1993 e 1994, os dados disponíveis não permitem a desagregação para os estabelecimentos do terceiro e do quarto escalão

Nota 2: Considerando apenas os estabelecimentos em funcionamento os doze meses de cada ano

O desenvolvimento de novos tipos de Comércio por parte de algumas cadeias de grandes unidades comerciais, com maior significância em 1999, esteve na base do decréscimo do volume de vendas a retalho nas GSRA. Com efeito, estas empresas passaram a comercializar certo tipo de bens nos novos estabelecimentos, o que conduziu a uma deslocação de volume de vendas das GSRA para as novas unidades.

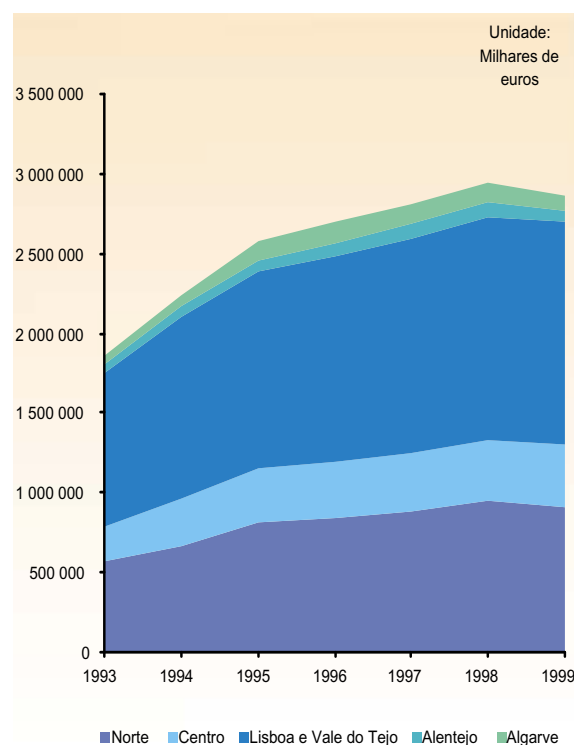
Para além disso, o surgimento, de forma mais pronunciada em 1999, de novas cadeias de supermercados, que não se enquadravam no conceito de GSRA por não atingirem uma área de exposição e venda acima dos 1 000 m², terá levado a uma maior dispersão dos clientes nas GSRA.

Em 1995, os estabelecimentos situados nas regiões Norte e Lisboa e Vale do Tejo concentravam, respectivamente, 31,6% e 47,4% do total do volume de vendas a retalho das GSRA.

Por sua vez, na região do Alentejo, as GSRA realizavam apenas 2,6% do total do volume de vendas. Entre 1995 e 1999, o volume de vendas a retalho registou uma taxa de crescimento médio anual de 2,6%, sendo na região de Lisboa e Vale do Tejo que se observou uma maior taxa de crescimento médio anual do volume de vendas a retalho, de 3,4%, enquanto na região Norte se registava um crescimento médio de 2,8 %. Assim, em 1999 as regiões de Lisboa e Vale do Tejo e do Norte significaram 48,9% e 31,8% do volume de vendas a retalho total, respectivamente.

Gráfico 1.1.1.13

Volume de vendas a retalho, segundo a NUTS II

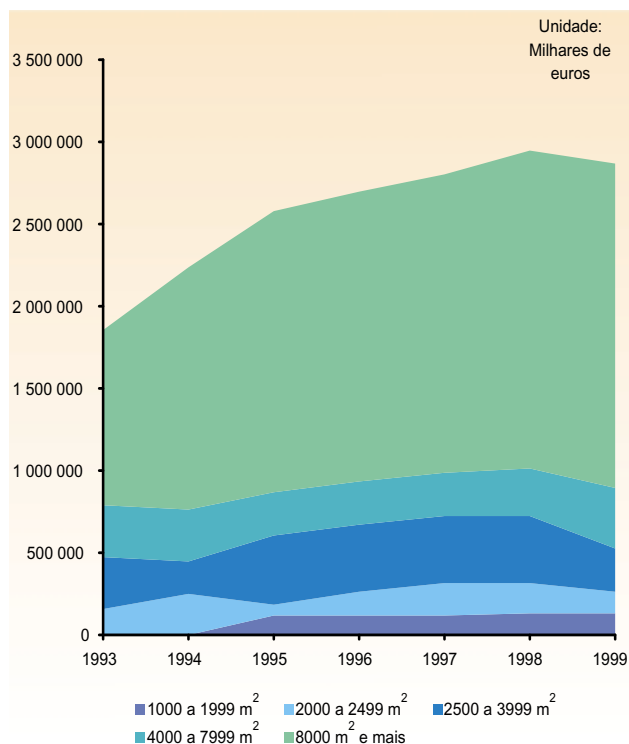


Nota 1: Em 1993 e 1994 os dados relativos às regiões do Alentejo e do Algarve estão agrupados por razões de segredo estatístico

Em 1999, nas unidades com 8 000 m² ou mais de área de exposição e venda o volume de vendas a retalho atingiu cerca de 68,7% do conjunto das GSRA, o que representa um crescimento médio anual de 3,5% relativamente a 1995. Por sua vez, foi no conjunto das GSRA com área de exposição e venda entre 2 000 e

2 499 m² que se observou o crescimento mais significativo, enquanto nas superfícies do escalão seguinte (2 500 a 3 999 m²) em evolução registada foi desfavorável.

Gráfico 1.1.1.14 Volume de vendas a retalho, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

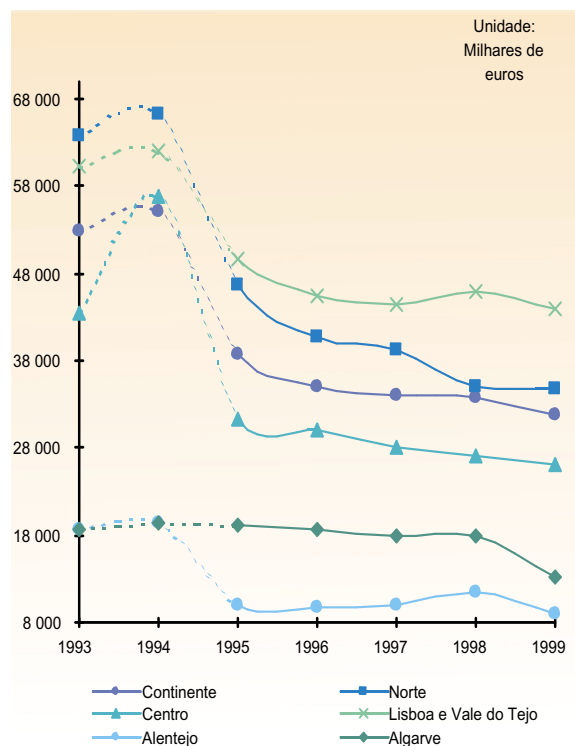


Nota 1: Em 1993 e 1994, os dados disponíveis não permitem a desagregação para os estabelecimentos do terceiro e do quarto escalão

Em Portugal Continental, o volume de vendas médio a retalho por estabelecimento em funcionamento durante os doze meses de cada ano, registou uma variação de -17,9% face a 1995. Em 1999, este indicador atingiu um valor mais elevado na região de Lisboa e Vale do Tejo, seguindo-se a região Norte, ambos os valores acima da média de Portugal Continental. Abaixo deste valor médio, situam-se as regiões do Alentejo e do Algarve.

Gráfico 1.1.1.15

Volume de vendas médio a retalho, por estabelecimento, segundo a NUTS II



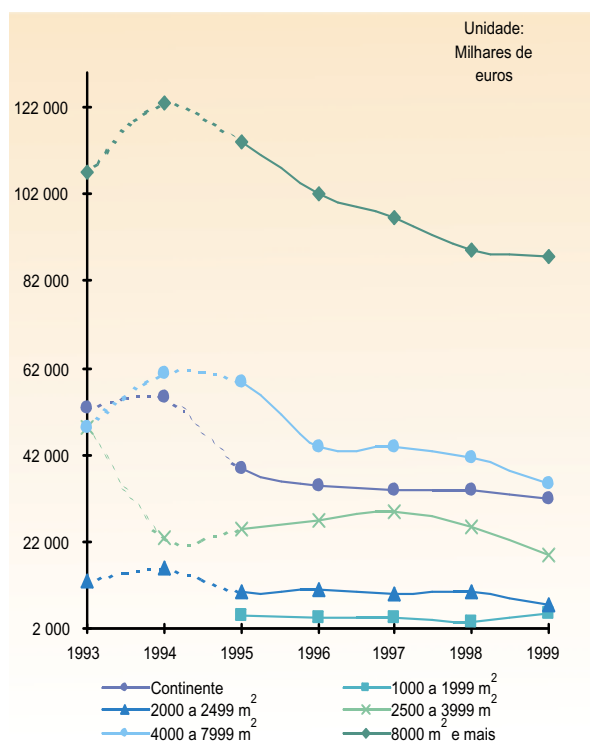
Nota 1: Em 1993 e 1994 os dados relativos às regiões do Alentejo e do Algarve estão agrupados por razões de segredo estatístico

Nota 2: Considerando apenas os estabelecimentos em funcionamento os doze meses de cada ano

Entre 1995 e 1999 observaram-se decréscimos do volume de vendas médio a retalho por estabelecimento em todos os escalões de superfície de exposição e venda, com excepção do primeiro, onde se verificou um crescimento médio anual de 2,3%. Os decréscimos mais significativos observaram-se nos estabelecimentos dos escalões com área de exposição e venda entre 4 000 e 7 999 m² e entre 2 000 e 2 499 m². Por sua vez, o volume de vendas médio por estabelecimento das unidades com 8 000 m² ou mais de área de exposição e venda registou uma evolução descendente neste período.

Gráfico 1.1.1.16

Volume de vendas médio a retalho, por estabelecimento, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

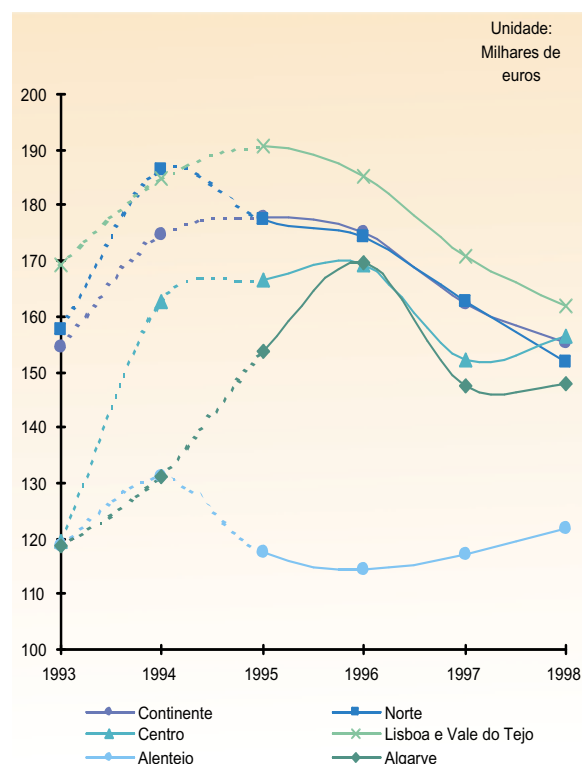


Nota 1: Em 1993 e 1994, os dados disponíveis não permitem a desagregação para os estabelecimentos do terceiro e do quarto escalão

Nota 2: Considerando apenas os estabelecimentos em funcionamento os doze meses de cada ano

Gráfico 1.1.1.17

Volume de vendas a retalho, por pessoa ao serviço, segundo a NUTS II



Nota 1: Em 1993 e 1994 os dados relativos às regiões do Alentejo e do Algarve estão agrupados por razões de segredo estatístico

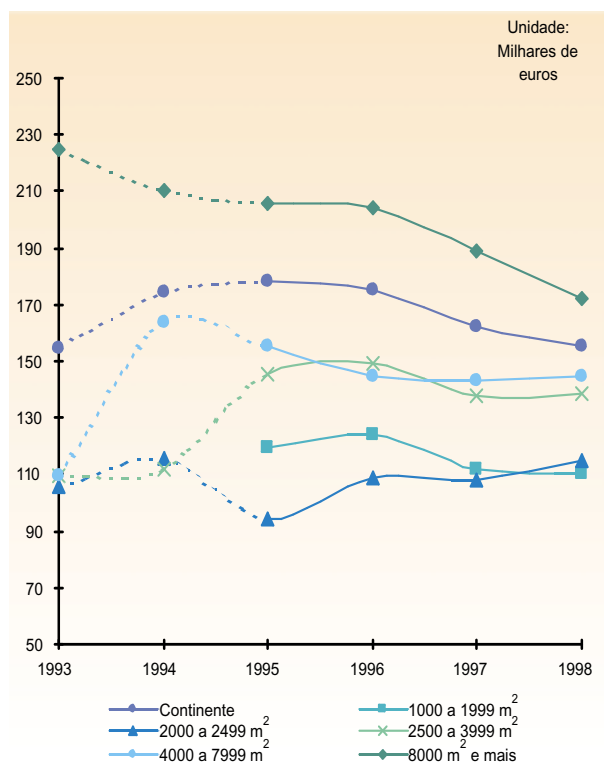
Nota 2: Considerando apenas os estabelecimentos em funcionamento os doze meses de cada ano

O volume de vendas por pessoa ao serviço atingiu os 155,3 milhares de euros em 1998, abaixo dos 178,0 milhares de euros registados em 1995. Em 1998, o volume de vendas a retalho por pessoa ao serviço atingiu o valor mais elevado na região de Lisboa e Vale do Tejo, 161,8 milhares de euros, devendo referir-se que a região Centro se situava acima da média de Portugal Continental. Por sua vez, o volume de vendas por pessoa ao serviço da região do Alentejo era o mais baixo de todas as regiões em 1998, 121,8 milhares de euros.

Nas unidades com superfície de exposição e venda com 8 000 m² ou mais, o volume de vendas a retalho por pessoa ao serviço atingiu os 172,2 milhares de euros em 1998, o que representa uma taxa de crescimento médio anual negativa de 5,8% desde 1995. Apenas no escalão com área de exposição e venda entre 2 000 e 2 499 m², o volume de vendas por pessoa ao serviço registou um crescimento entre 1995 e 1999, embora tenha sido o escalão onde esta variável assumiu o valor mais baixo.

Gráfico 1.1.1.18

Volume de vendas a retalho, por pessoa ao serviço, segundo escalão de superfície de exposição e venda



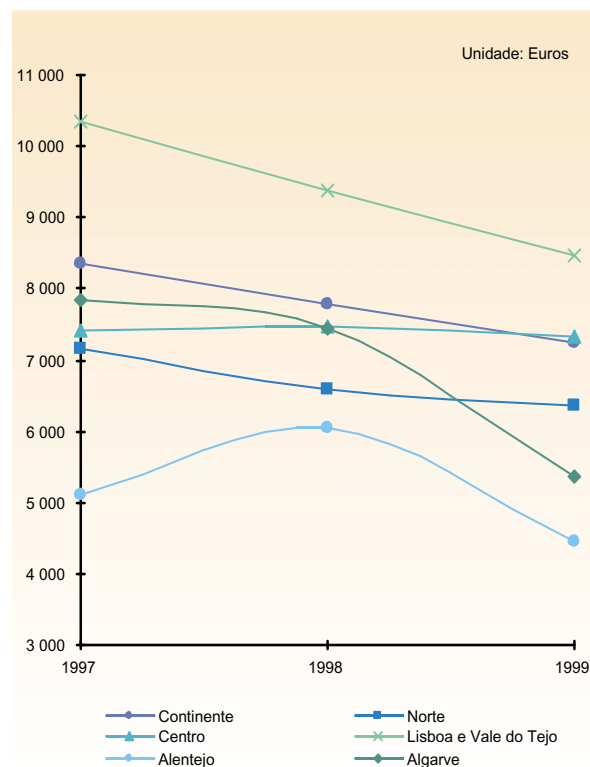
Nota 1: Em 1993 e 1994, os dados disponíveis não permitem a desagregação para os estabelecimentos do terceiro e do quarto escalão

Nota 2: Considerando apenas os estabelecimentos em funcionamento os doze meses de cada ano

O volume de vendas a retalho por m² de área de exposição e venda atingiu os 7 235 euros em 1999, evidenciando uma variação de -6,9% em relação a 1997. Em todas as regiões se verificou acréscimo deste indicador, com destaque para o Algarve.

Gráfico 1.1.1.19

Volume de vendas a retalho por m² de área de exposição e venda, segundo a NUTS II

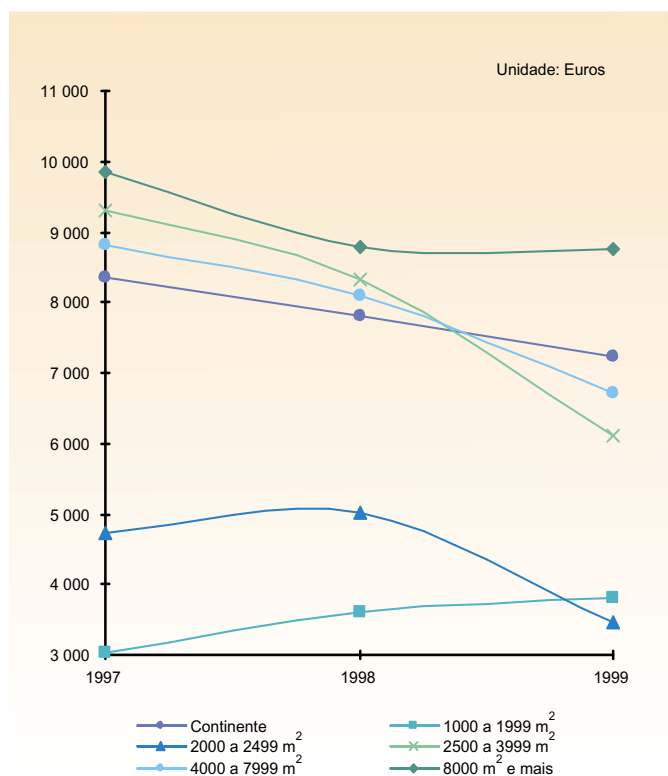


Nota : Considerando apenas os estabelecimentos em funcionamento os doze meses de cada ano

Apenas no conjunto dos estabelecimentos com área de exposição e venda entre 1 000 e 1 999 m² se observou um aumento do volume de vendas a retalho por m², entre 1997 e 1999. É de referir, ainda, que foi nas unidades com área entre 2 500 e 3 999 m² que a descida do volume de vendas a retalho por m² foi mais acentuada neste período.

Gráfico 1.1.1.20

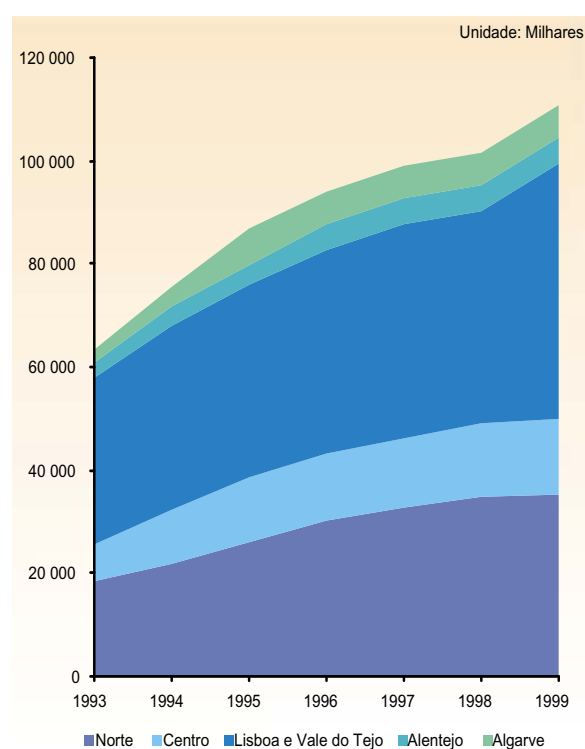
Volume de vendas a retalho por m² de área de exposição e venda, segundo o escalão de superfície



Nota : Considerando apenas os estabelecimentos em funcionamento os doze meses de cada ano

Gráfico 1.1.1.21

Número de transacções efectuadas nas GSRA, segundo a NUTS II



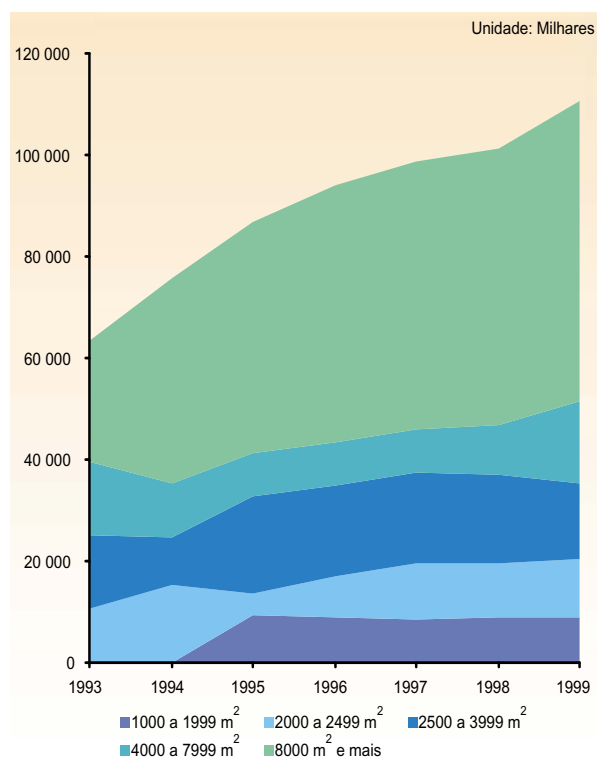
Nota 1: Em 1993 e 1994 os dados relativos às regiões do Alentejo e do Algarve estão agrupados por razões de segredo estatístico

O número de transacções efectuadas nas GSRA ascendeu a cerca de 110,7 milhões em 1999, o que reflecte um acréscimo de 27,4% em relação a 1995. Cerca de 44,7% foram realizadas em superfícies da região de Lisboa e Vale do Tejo e 31,7% no Norte. De assinalar a perda de importância relativa da região do Algarve, passando de 8,1% do total de transacções em 1995, para 5,8% em 1999.

Em 1999, foram efectuadas 59,4 milhões de transacções em GSRA com 8 000 m² ou mais de área de exposição e venda, representando 53,7% do total das GSRA distribuídas por Portugal Continental (52,9% em 1995). De referir que em 1999, no conjunto das unidades com área de exposição e venda entre 4 000 e 7 999 m² foram realizadas 14,4% do total de transacções face a 10,1% em 1995, enquanto nas superfícies do escalão anterior (2 500 a 3 999 m²) se verificou um decréscimo do número de transacções realizadas, que passaram de 22,0% do total em 1995, para 13,4% em 1999.

Gráfico 1.1.1.22

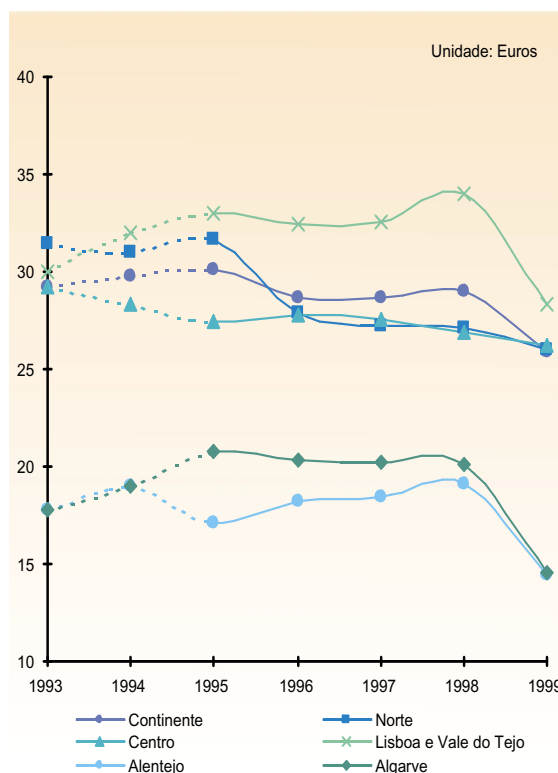
Número de transacções efectuadas nas GSRA, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



Nota 1: Em 1993 e 1994, os dados disponíveis não permitem a desagregação para os estabelecimentos do terceiro e do quarto escalão

Gráfico 1.1.1.23

Gasto médio por cliente, segundo a NUTS II



Nota 1: Em 1993 e 1994 os dados relativos às regiões do Alentejo e do Algarve estão agrupados por razões de segredo estatístico

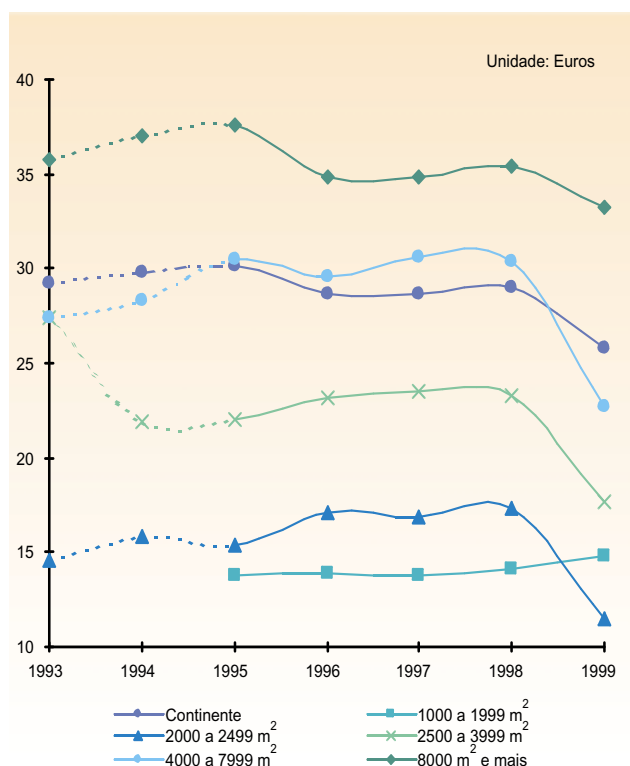
Nota 2: Considerando apenas os estabelecimentos em funcionamento os doze meses de cada ano

O gasto médio por cliente nas GSRA decresceu cerca de 14,3% entre 1995 e 1999, atingindo os 25,8 euros no último ano da análise. O gasto médio por cliente decresceu em todas as regiões, com a queda mais significativa a verificar-se na região do Algarve, onde as GSRA perderam 29,8%, em média, por cliente. Nas regiões do Norte e de Lisboa e Vale do Tejo, as descidas foram de, respectivamente, 18,0% e 14,2%, respectivamente. Nas regiões Centro e Alentejo, as perdas foram de 4,4% e 15,8%, respectivamente.

O gasto médio por cliente nas GSRA com área de exposição e venda entre 1 000 e 1 999 m² atingiu os 14,8 euros em 1999, mais 7,2% do que em 1995. Nas unidades do quarto escalão também se deu um aumento do gasto médio por cliente, mais 6,1%. Por sua vez, nas superfícies com área de exposição e venda com 8 000 m² ou mais de área de exposição e venda observou-se uma perda de 11,7%, atingindo os 33,2 euros em 1999.

Gráfico 1.1.1.24

Gasto médio por cliente, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



Nota 1: Em 1993 e 1994, os dados disponíveis não permitem a desagregação para os estabelecimentos do terceiro e do quarto escalão

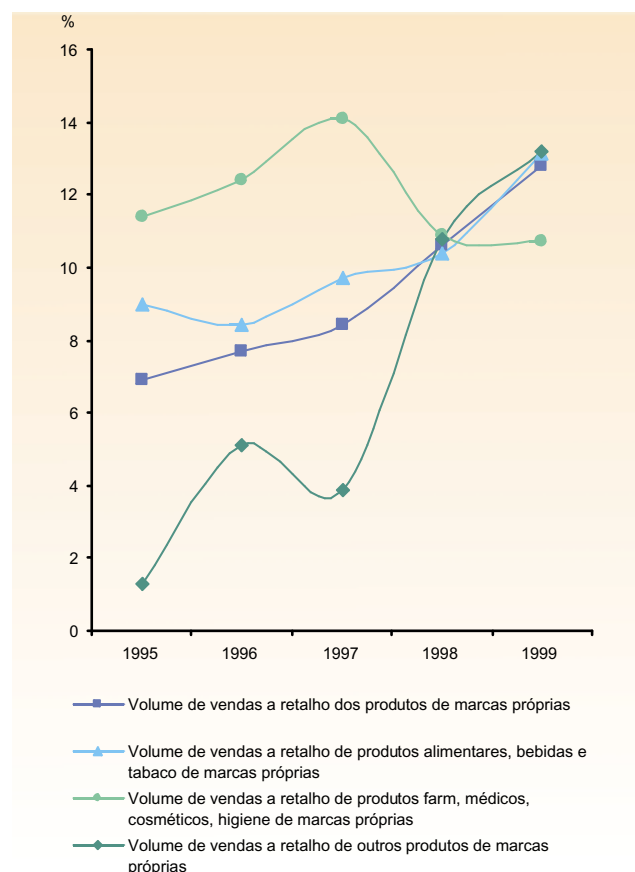
Nota 2: Considerando apenas os estabelecimentos em funcionamento os doze meses de cada ano

As marcas próprias dos estabelecimentos têm vindo a ganhar expressão nos últimos anos, o que é facilmente observável pela leitura do gráfico seguinte. Em 1995, 70,6% dos 75 estabelecimentos existentes tinham à venda produtos de marca própria e o volume de vendas a retalho proveniente desses produtos correspondia a 6,9% do total do volume de vendas das GSRA; em 1999 este peso relativo atingia já 88,0% do número de estabelecimentos e 12,8% do volume de vendas. Por sua vez, o peso relativo do volume de vendas a retalho de produtos alimentares, bebidas e tabaco de marca dos estabelecimentos no total do volume de vendas a retalho destes produtos cresceu de 9,0% do total, em 1995, para 13,2% em 1999. No entanto, os produtos farmacêuticos, médicos, cosméticos e de higiene de marca própria, perderam alguma expressão no volume de vendas a retalho total destes produtos. Com efeito, em 1995, 11,4% do total

do volume de vendas de produtos farmacêuticos, médicos, cosméticos e de higiene era resultante da transacção de produtos de marca própria e em 1999 atingia 10,7%.

Gráfico 1.1.1.25

Peso relativo do volume de vendas a retalho dos produtos de marcas próprias, por grupo de produtos



No período em análise, os produtos alimentares, bebidas e tabaco foram os bens comercializados nas GSRA com maior relevância ao nível do volume de vendas a retalho gerado. Com efeito, em 1994, a venda deste tipo de bens deu origem a 58,4% do total do volume de vendas realizado em GSRA, tendo-se registado uma ligeira redução para 56,2% em 1999.

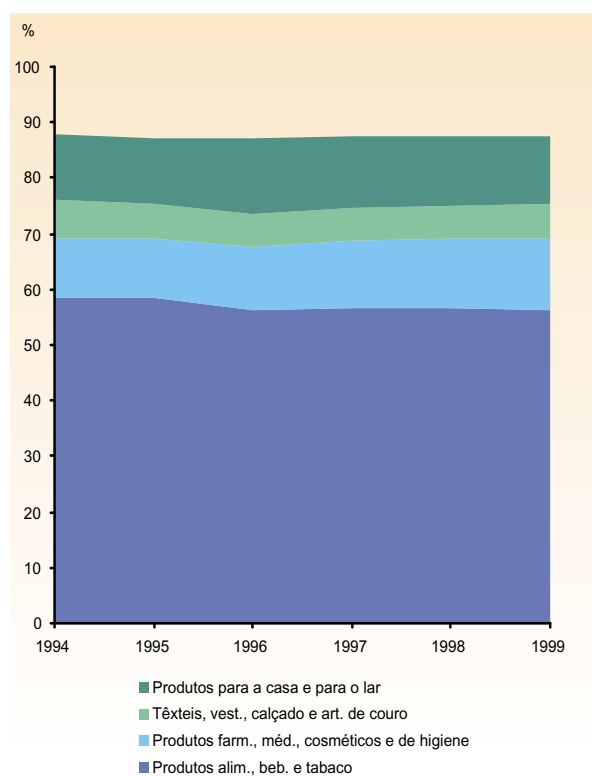
Por sua vez, o volume de vendas de produtos farmacêuticos, médicos, cosméticos e de higiene representava 12,9% do total das GSRA em 1999, acima dos 10,8% observados em 1994, enquanto a comercialização de produtos para a casa e para o lar

originou um volume de vendas que oscilou entre os 11,7% e os 13,5% do total, neste período.

Por seu lado, os produtos têxteis, de vestuário, calçado e artigos de couro deram origem a um volume de vendas que não foi além dos 6,1% entre 1995 e 1999.

Gráfico 1.1.1.26

Distribuição do volume de vendas a retalho, segundo o tipo de produtos comercializados



Quadros dos principais resultados

Quadro 1.1.1.2

Número de GSRA por NUTS II

Unidade: Nº

NUT II	1993 ^(b)	1994 ^(b)	1995	1996	1997	1998	1999
Continente	35	46	75	81	88	88	92
Norte	9	11	20	23	26	27	27
Centro	5	6	12	12	14	14	16
Lisboa e Vale do Tejo	16	22	28	30	32	31	34
Alentejo	5 ^(a)	7 ^(a)	8	9	9	9	8
Algarve			7	7	7	7	7

^(a) Dados agrupados por razões de segredo estatístico^(b) Em 1993 e em 1994, os estabelecimentos com área de exposição e venda inferior a 2 000 m² não eram considerados grandes superfícies

Quadro 1.1.1.3

Número de GSRA segundo o escalão de superfície de exposição e venda

Unidade: Nº

Escalão de superfície	1993 ^(b)	1994 ^(b)	1995	1996	1997	1998	1999
Continente	35	46	75	81	88	88	92
1000 a 1999 m ²	X	X	26	27	27	25	25
2000 a 2499 m ²	12	18	10	14	19	18	18
2500 a 3999 m ²	13 ^(a)	9	17	16	15	16	14
4000 a 7999 m ²		6	6	6	6	7	11
8000 m ² e mais	10	13	16	18	21	22	24

^(a) Os dados disponíveis não permitem a desagregação dos dados para os dois escalões^(b) Em 1993 e em 1994, os estabelecimentos com área de exposição e venda inferior a 2 000 m² não eram considerados grandes superfícies

Quadro 1.1.1.4

Principais variáveis

Principais variáveis	Unidade	1993 ^(a)	1994 ^(a)	1995	1996	1997	1998	1999
Nº de GSRA	Nº	35	46	75	81	88	88	92
Área de exposição e venda total	m ²	X	X	X	X	368 833	383 078	413 314
Nº de pessoas ao serviço	Nº	12 003	14 235	15 603	15 997	19 183	19 020	X
Total de remunerações pagas	Milhares de euros	91 616	106 865	138 985	139 722	148 495	166 290	X
Volume de vendas a retalho total	Milhares de euros	1 855 159	2 242 660	2 582 766	2 693 800	2 806 071	2 941 560	2 864 829
Nº de transacções efectuadas	Nº	63 551 493	75 604 178	86 913 070	93 996 309	98 830 073	101 438 786	110 700 553

^(a) Em 1993 e em 1994, os estabelecimentos com área de exposição e venda inferior a 2 000 m² não eram considerados grandes superfícies

Quadro 1.1.1.5 Principais indicadores

Principais indicadores	Unidade	1993 ^(a)	1994 ^(a)	1995	1996	1997	1998	1999
Nº de residentes por m ² de área de exposição e venda	Nº	X	X	X	X	26	25	24
Nº médio de pessoas ao serviço por estab. ^(b)	Nº	343	316	218	199	210	218	X
Peso relativo do pessoal ao serviço a tempo parcial	%	25,8	29,6	30,5	28,4	33,9	31,4	X
Remuneração média mensal ^(b)	Euros	604	589	673	648	589	643	X
Volume de vendas a retalho médio por estab. ^(b)	Milhares de euros	53 005	55 214	38 808	34 916	34 102	33 811	31 876
Volume de vendas a retalho por pessoa ao serviço ^(b)	Milhares de euros	154,6	174,6	178,0	175,1	162,1	155,3	X
Volume de vendas a retalho por m ² de área de exposição e venda ^(b)	Euros	X	X	X	X	8 351	7 796	7 235
Gasto médio por cliente ^(b)	Euros	29,2	29,8	30,1	28,7	28,6	29,0	25,8

^(a) Em 1993 e em 1994, os estabelecimentos com área de exposição e venda inferior a 2 000 m

^(b) Considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os 12 meses de cada ano, excepto no caso de 1993

Quadro 1.1.1.6

Distribuição do volume de vendas a retalho nas GSRA, segundo o tipo de produtos comercializados

								%
TIPO DE PRODUTOS	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	
Produtos alim., beb. e tabaco	X	58,4	58,4	58,0	56,5	56,6	56,2	
Produtos farm., méd., cosméticos e de higiene	X	10,8	10,9	11,1	12,2	12,5	12,9	
Têxteis, vest., calçado e art. de couro	X	7,0	6,0	6,1	6,1	6,0	6,1	
Produtos para a casa e para o lar	X	11,8	11,7	13,5	12,7	12,3	12,1	
Outros	X	12,1	13,0	12,9	12,6	12,6	12,6	

1.1.2 Unidades Comerciais de Dimensão Relevante (UCDR)

Em 2001 estiveram em actividade 1 444 UCDR, mais 6,9% do que no ano anterior, das quais 68,7 % tinham como actividade principal o Comércio a retalho alimentar e misto.

A área de exposição e venda total das unidades comerciais era de 1 728 791 m², mais 5,6% do que no ano anterior.

Como se pode observar no quadro seguinte, o número de pessoas ao serviço era de 54 057, mais

3,2% do que em 2000. Do total de pessoas ao serviço, 77,4% exerciam a sua actividade profissional nos estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto.

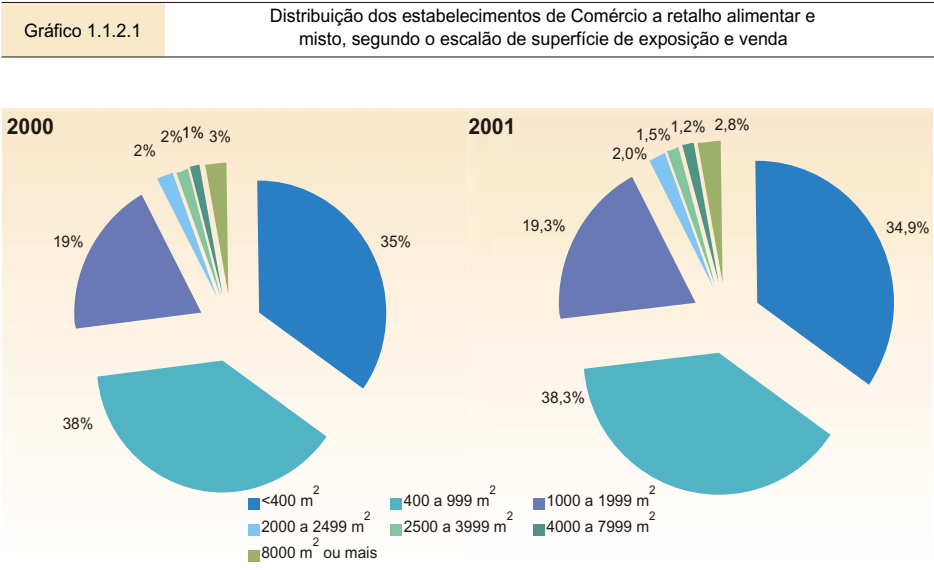
O volume de vendas ascendeu, em 2001, a cerca de 9 507 milhões de euros, representando um crescimento de 6,5%.

Por outro lado, foram efectuadas cerca de 452 milhões de transacções, mais 11,3% do que em 2000.

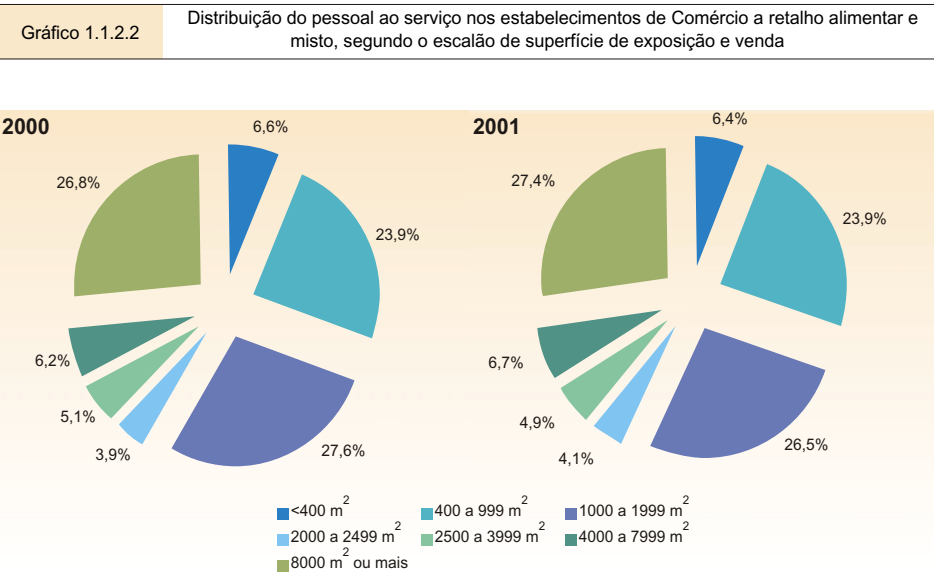
Quadro 1.1.2.1 UCDR - Principais variáveis

Principais variáveis	Total		Comércio a retalho alim. e misto		Comércio a retalho especializado não alimentar		Comércio por grosso	
	2000	2001	2000	2001	2000	2001	2000	2001
Nº de estab.	1 351	1 444	959	992	294	348	98	104
Área de exposição e venda total (m ²)	1 636 946	1 728 791	1 041 663	1 072 889	267 800	310 303	327 483	345 599
Nº de pessoas ao serviço	52 395	54 057	41 083	41 829	6 049	6 797	5 263	5 431
Volume de vendas total (milhares de euros)	8 930 862	9 507 203	6 256 248	6 665 333	859 847	990 023	1 814 767	1 851 847
Nº de transacções efectuadas (milhares)	405 782	451 794	367 749	409 976	38 033	41 818	X	X

Em 2000, dos 959 estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, 364 (38,0%) dispunham de uma área de exposição e venda compreendida entre os 400 e 999 m², percentagem muito próxima da verificada em 2001 (38,3%).



No que concerne ao pessoal ao serviço, os estabelecimentos comerciais empregavam, em 2001, 41 829 trabalhadores, dos quais 11 472 (27,5%) exerciam a sua actividade nos estabelecimentos com 8 000 m² ou mais, apesar destes representarem só 2,8% dos estabelecimentos. Comparando com o ano de 2000, houve um acréscimo de 1,8 % do total de pessoas ao serviço.

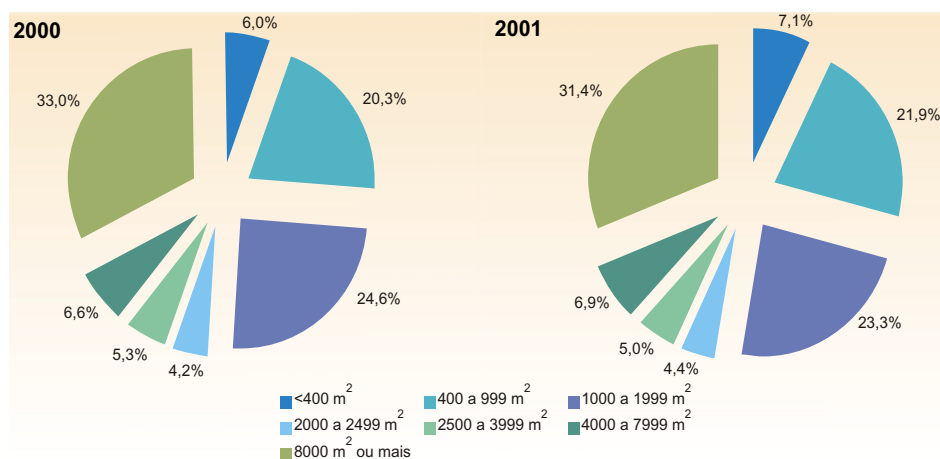


Na distribuição do volume de vendas a retalho, os estabelecimentos com área de exposição e venda igual ou superior a 8 000 m² foram responsáveis por

33,0% e 31,4% do volume de vendas efectuado em 2000 e 2001, respectivamente.

Gráfico 1.1.2.3

Distribuição do volume de vendas a retalho dos estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

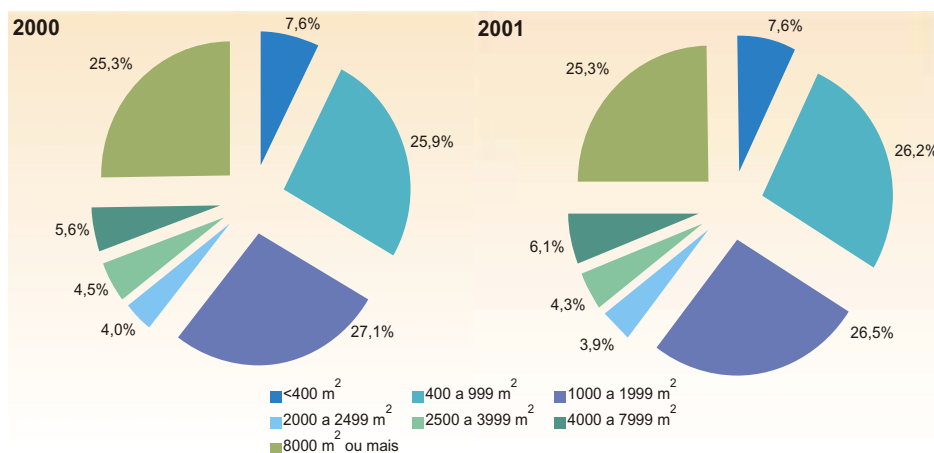


Em relação à área total de exposição e venda, eram os estabelecimentos com área compreendida entre os 1 000 e os 1 999 m², que dispunham de uma área total mais elevada, 281 884 m² (27,1% do total) em 2000 e 284 793 m² (26,5%) em 2001. Os

estabelecimentos com área entre os 2 000 e os 2 499 m² eram os que dispunham de área total mais reduzida, significando 4,0% e 3,9% do total, em 2000 e 2001, respectivamente.

Gráfico 1.1.2.4

Distribuição da área de exposição e venda dos estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície

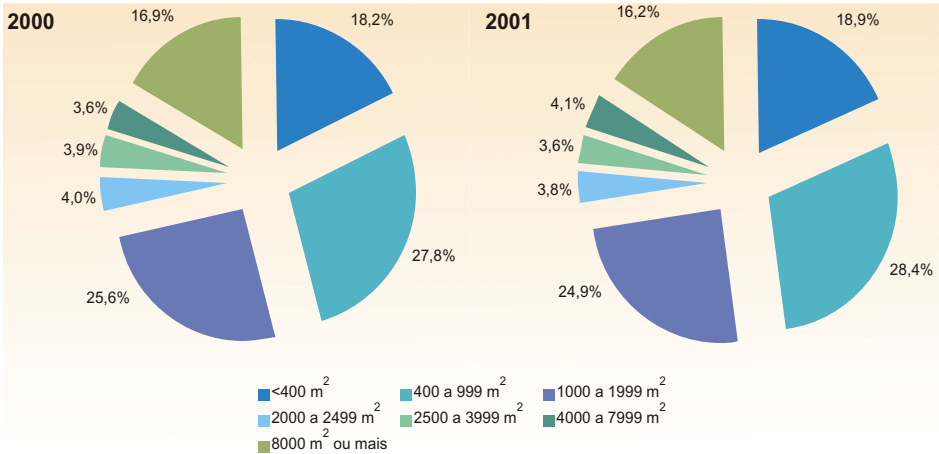


O número de transacções efectuadas em 2001 ascendeu aos 410 milhões, mais 11,5% do que no ano anterior. Foi no escalão de 400 a 999 m² que se

verificou o maior número de transacções, com 102 milhões (27,8%) e 117 milhões (28,4%) em 2000 e 2001, respectivamente.

Gráfico 1.1.2.5

Distribuição do número de transacções realizadas nos estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



Os estabelecimentos com maior área de exposição e venda (8 000 m² ou mais) eram os que dispunham de uma área média mais elevada, 9 695 m² em 2001, ligeiramente inferior aos 9 764 m² observados em 2000, enquanto os estabelecimentos com área até 400 m², ofereciam uma área média de 236 e 235 m², respectivamente.

Em 2001 cada estabelecimento empregava, em média, 42 trabalhadores, menos um do que no ano anterior. Os estabelecimentos com área de exposição e venda mais baixa (até 400 m²) empregavam, em média, 8 pessoas, em qualquer dos anos em análise, enquanto os estabelecimentos que dispunham de uma área maior (8 000 m² ou mais) empregavam, em média, 413 trabalhadores em 2001, mais 1,5% do que no ano anterior.

Gráfico 1.1.2.6

Área média de exposição e venda dos estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície

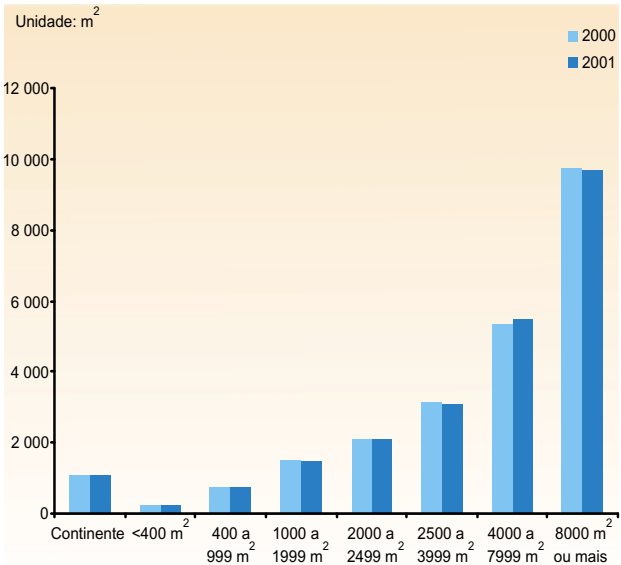
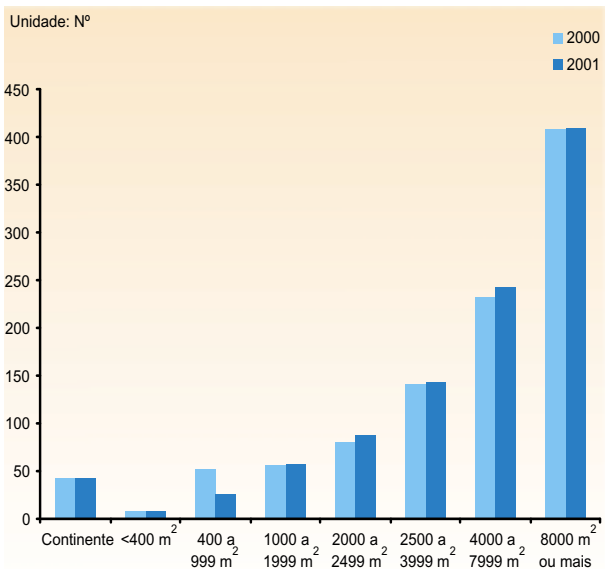


Gráfico 1.1.2.7

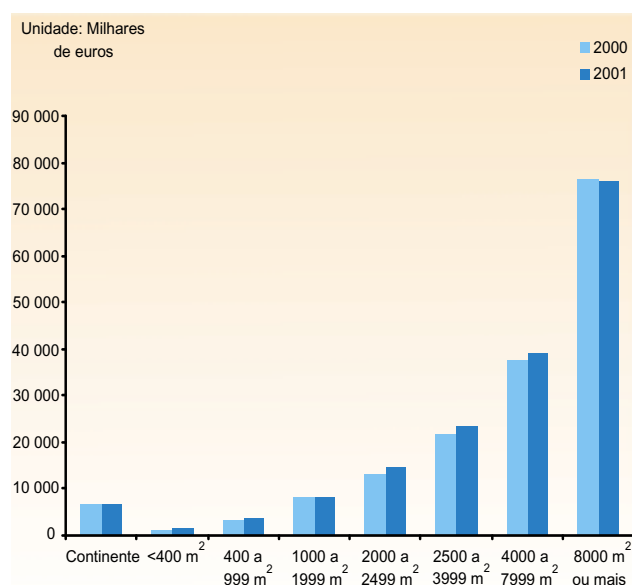
Gasto médio por transacção realizada nos estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



Na distribuição do volume de vendas médio por estabelecimento, o valor observado em 2001 foi de 6,6 milhões de euros em cada estabelecimento, em 2000 e 2001 respectivamente.

Gráfico 1.1.2.8

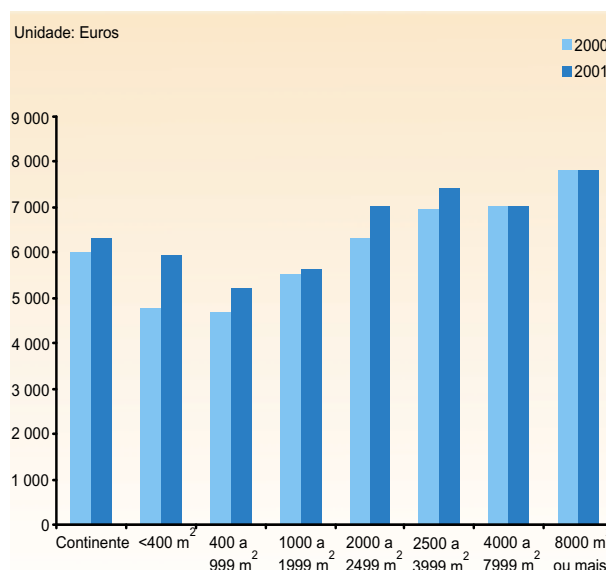
Volume de vendas médio a retalho, por estabelecimento de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



O volume de vendas a retalho por m² de área de exposição e venda foi de 6 329 euros, mais 300 euros do que no ano anterior. Por escalão de área de exposição e venda os valores variaram entre os 4 705 euros, verificados nos estabelecimentos de 400 a 999 m², no ano de 2000, e os 7 953 euros observados, em 2001, no escalão mais elevado.

Gráfico 1.1.2.9

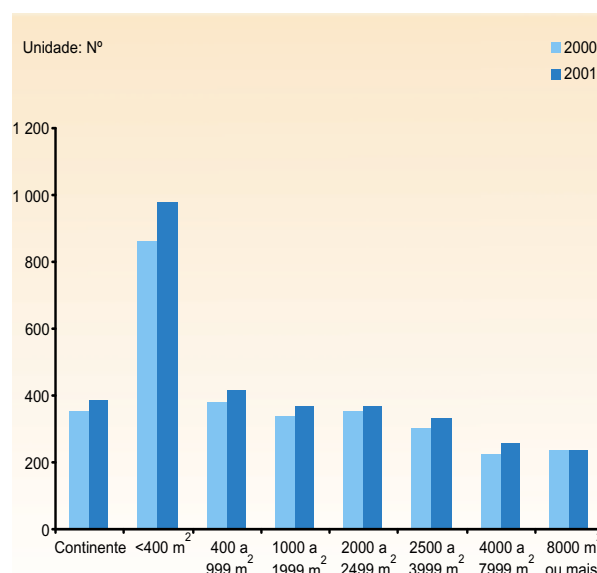
Volume de vendas a retalho por m² de área de exposição e venda dos estabelecimento de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície



Em relação ao número de transacções realizadas por m², pode-se constatar que os valores mais significativos se verificaram nos estabelecimentos com área de exposição e venda inferior a 400 m², com 860 e 980 transacções efectuadas por m² em 2000 e 2001, respectivamente. O menor número de transacções por m² ocorreu em 2000, no escalão de 4 000 a 7 999 m², com 227 transacções, e em 2001, no escalão de maior dimensão, com 241 transacções.

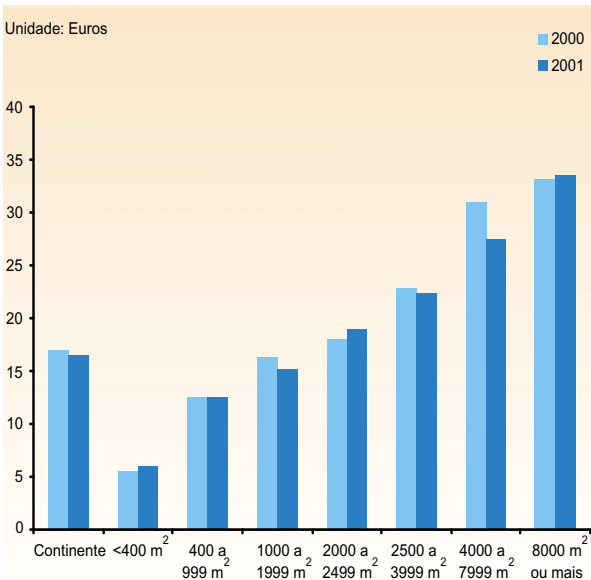
Gráfico 1.1.2.10

Número de transacções realizadas por m² de área de exposição e venda dos estabelecimento de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície

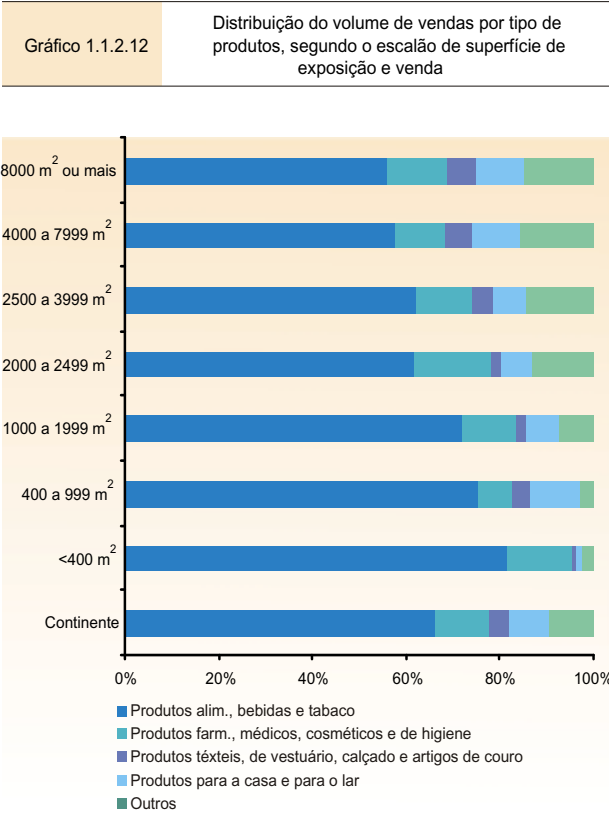


O gasto médio por transacção foi de 16, 4 euros em 2001, valor ligeiramente inferior ao verificado em 2000 (17,0 euros). Por escalões de área de exposição e venda pode observar-se que o gasto médio por transacção mais baixo ocorreu nos estabelecimentos com área inferior a 4 00 m², com 5,5 euros e 6,1 euros em 2000 e 2001, respectivamente. Os gastos médios mais elevados por transacção verificaram-se nos estabelecimentos com maior área, com 33,2 euros em 2000 e 33,1 em 2001.

Gráfico 1.1.2.11 Gasto médio por transacção realizadas nos estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



Na distribuição do volume de vendas por tipo de produtos comercializados, pode-se constatar que, quanto menor era a área de exposição e venda dos estabelecimentos, maior era o peso dos produtos alimentares, bebidas e tabaco. Assim, enquanto as percentagens destes produtos nos estabelecimentos com 8 000m² ou mais variou entre os 55,8% e os 56,0% em 2000 e 2001, nos estabelecimentos de menor dimensão (até 400 m²) esta percentagem desceu 0,4% em 2001, para 81,6%.

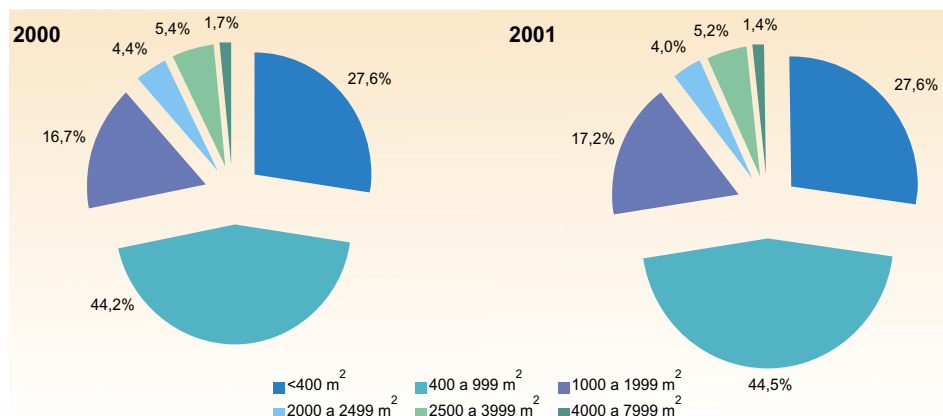


O número de estabelecimentos do Comércio a retalho especializado não alimentar registou um acréscimo significativo (+18,4%), passando de 294 em 2000 para 348 em 2001, tendo-se verificado um aumento de estabelecimentos em todos os escalões

de área de exposição e venda, à excepção do escalão de 4 000 a 7 999 m², que manteve os 5 já existentes. Do total dos estabelecimentos, 44,5% dispunham de área compreendida entre os 400 e os 999 m².

Gráfico 1.1.2.13

Distribuição dos estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

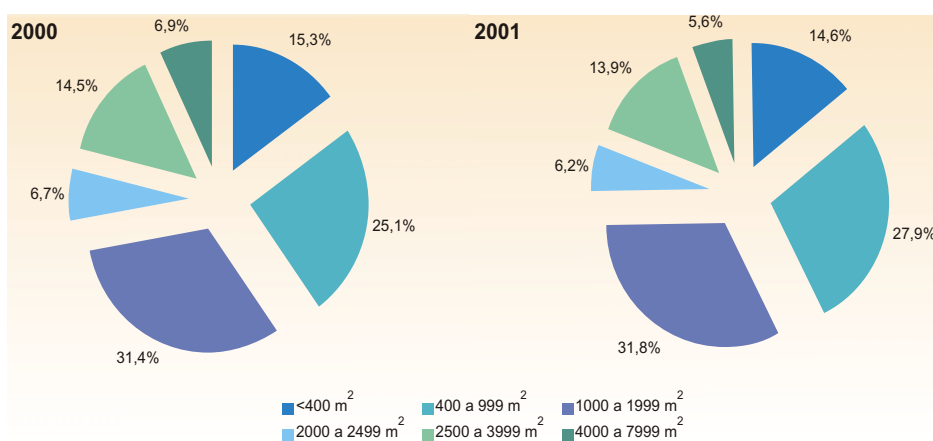


Da análise da estrutura e evolução do emprego nestas unidades comerciais, constata-se um aumento de 12,4% do número de trabalhadores, destacando-se o crescimento mais significativo no escalão de 400

a 999 m², com 24,5%. O escalão de 4 000 a 7 999 m², foi o único que não acompanhou o aumento do pessoal ao serviço.

Gráfico 1.1.2.14

Distribuição do pessoal ao serviço nos estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

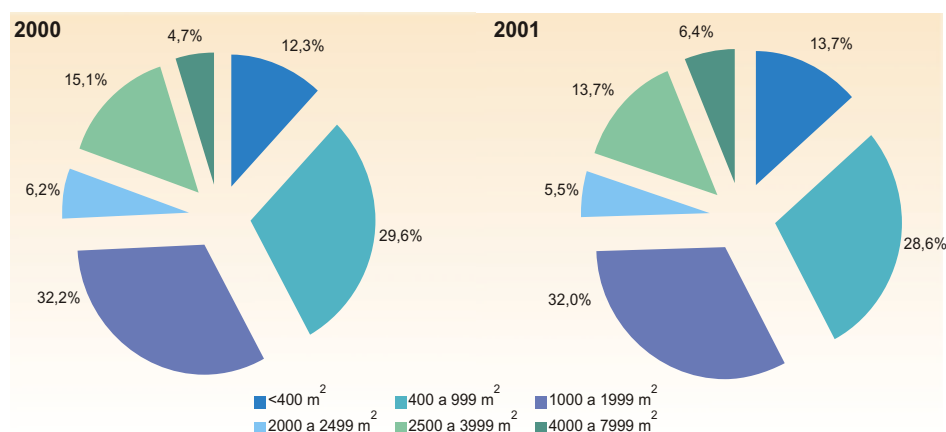


Em 2001, o volume de vendas dos estabelecimentos inquiridos representou cerca de 990 milhões de euros, mais 15,1% do que em 2000. Por escalão de área de exposição e venda, verifica-se que

os estabelecimentos com 1 000 a 1 999 m², contribuíram com cerca de 317 milhões de euros (32,0%), em 2001.

Gráfico 1.1.2.15

Distribuição do volume de vendas a retalho dos estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

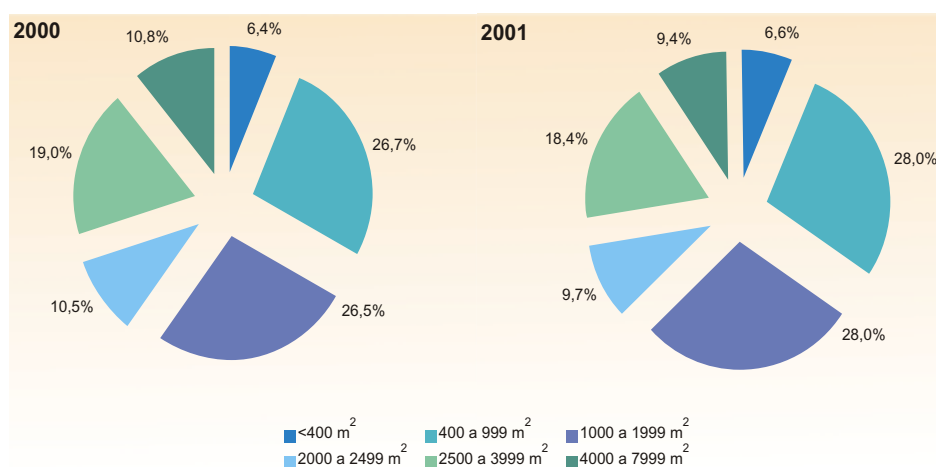


A área de exposição e venda registou um aumento de 42 503 m² (+15,9%), atingindo os 310 303 m² no último ano de análise. Por sua vez, os

estabelecimentos com 400 a 1 999 m² dispunham de cerca de 55,9% do total da área de exposição e venda.

Gráfico 1.1.2.16

Distribuição da área de exposição e venda dos estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície

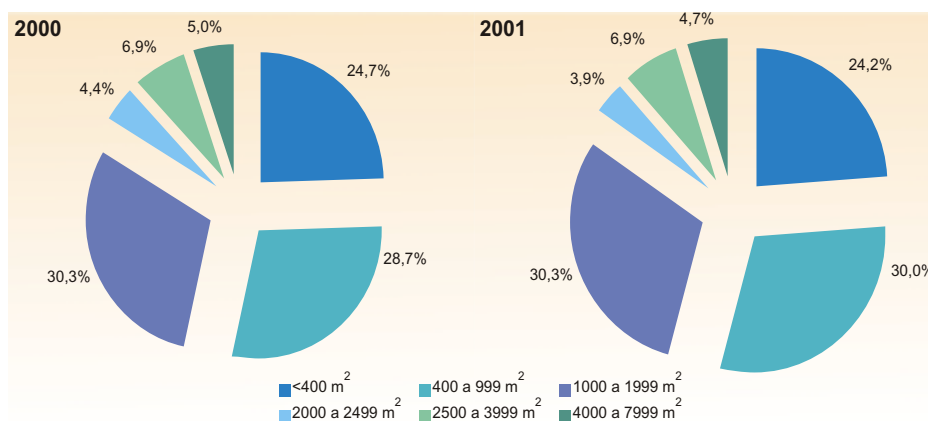


Em 2001, foram efectuados 42 milhões de transacções, mais 10,0% do que no ano anterior, verificando-se um acréscimo em todos os escalões

de área de exposição e venda, com especial saliência nos estabelecimentos do escalão de 400 a 999 m², que registaram um aumento de 22,9%.

Gráfico 1.1.2.17

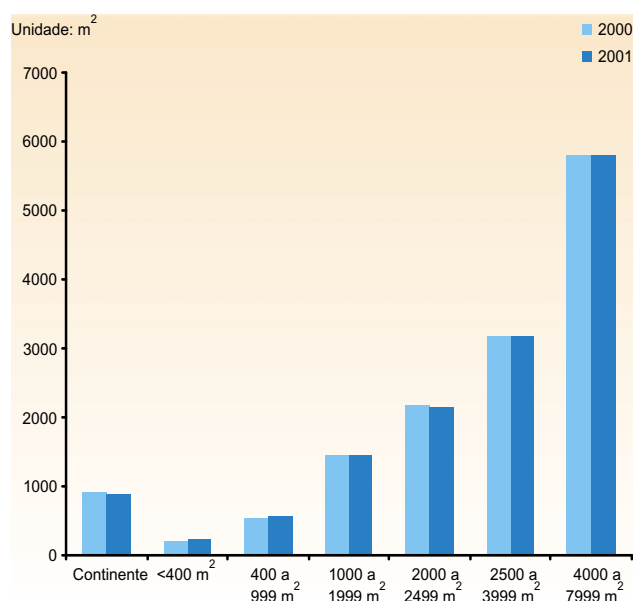
Distribuição do número de transacções realizadas nos estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



Em relação à área média por estabelecimento, verificou-se uma redução de 19 m², sendo os estabelecimentos do escalão de 2 500 a 3 999 m² os que registaram uma descida mais acentuada, 14 m².

Gráfico 1.1.2.18

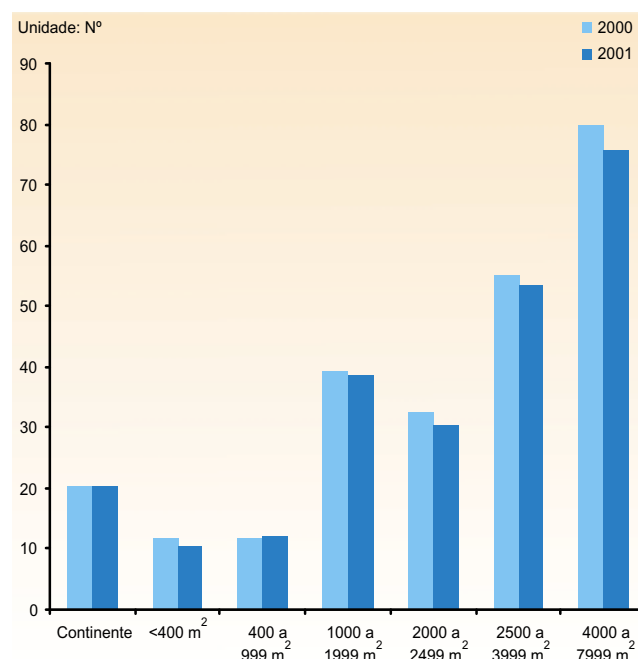
Área média de exposição e venda dos estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície



O número médio de pessoas ao serviço por estabelecimento, em qualquer dos anos em análise, foi de 20. Por escalão de área, o número médio de pessoas ao serviço variou entre os 10 no primeiro escalão e os 76 no escalão de 4 000 a 7 999 m², em 2001.

Gráfico 1.1.2.19

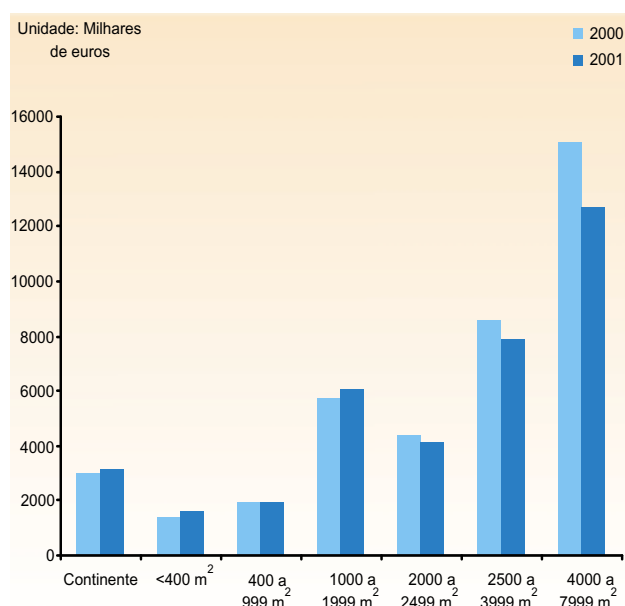
Nº médio de pessoas ao serviço por estabelecimento de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



Em termos médios por estabelecimento (gráfico 2.2.2.20), foi no escalão de 4 000 a 7 999 m² que se encontrou o valor mais elevado para o volume de vendas, cerca de 12,7 milhões de euros. Por outro lado, nos estabelecimentos de menor dimensão, verificaram-se as vendas médias mais baixas, cerca de 1,6 milhões de euros.

Gráfico 1.1.2.20

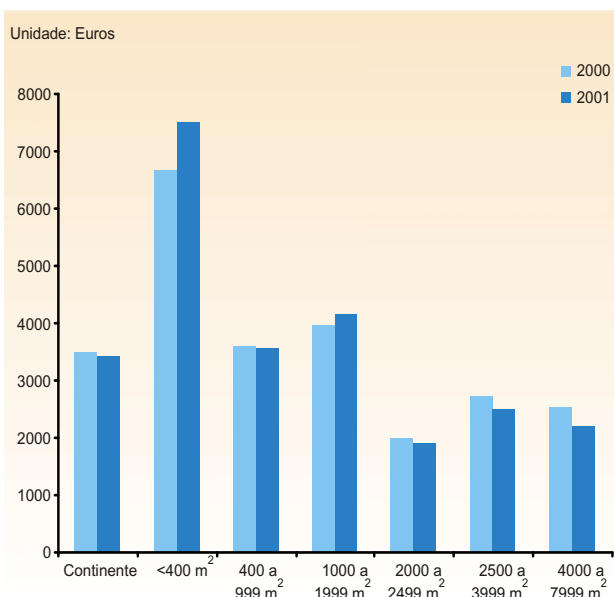
Volume de vendas médio a retalho por estabelecimento de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



O volume de vendas a retalho por m² de área de exposição e venda registou um decréscimo de 85 euros por m². A descida mais acentuada ocorreu nos estabelecimentos de maior dimensão, onde se verificou uma quebra de 348 euros por m².

Gráfico 1.1.2.21

Volume de vendas a retalho por m² de área de exposição e venda dos estabelecimento de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície

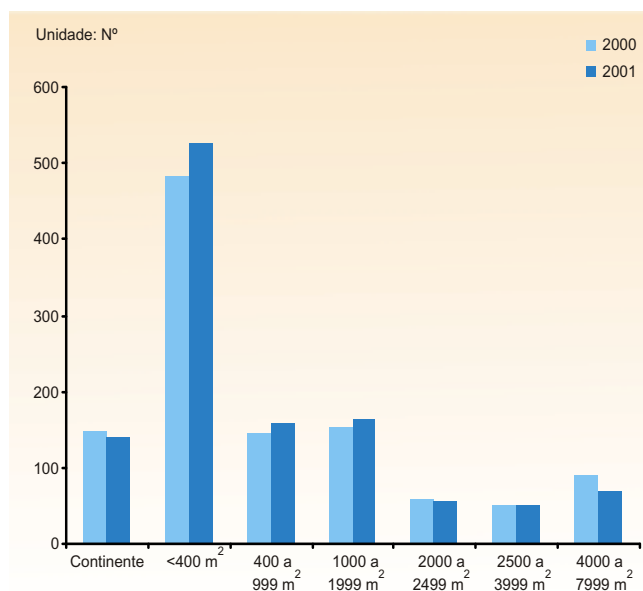


Em 2001, o número de transacções realizadas por m² de área de exposição e venda foi de 140, menos 8 do que no ano anterior. O maior número de

transacções por m², 526, observou-se nos estabelecimentos até 400 m². Pelo contrário, os estabelecimentos de 2 500 a 3 999 m², registaram o valor mais baixo, 52 transacções por m².

Gráfico 1.1.2.22

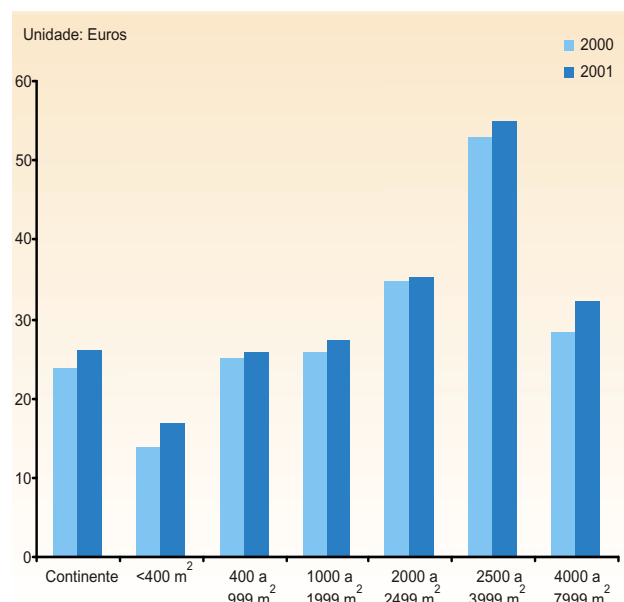
Número de transacções realizadas por m² de área de exposição e venda dos estabelecimento de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície



Por escalões de área de exposição e venda, refira-se que o valor médio de cada transacção em 2001, variou entre os 16,8 euros nos estabelecimentos de menor dimensão (menos de 400 m²) e os 54,9 euros nos estabelecimentos de 2 500 a 3 999 m².

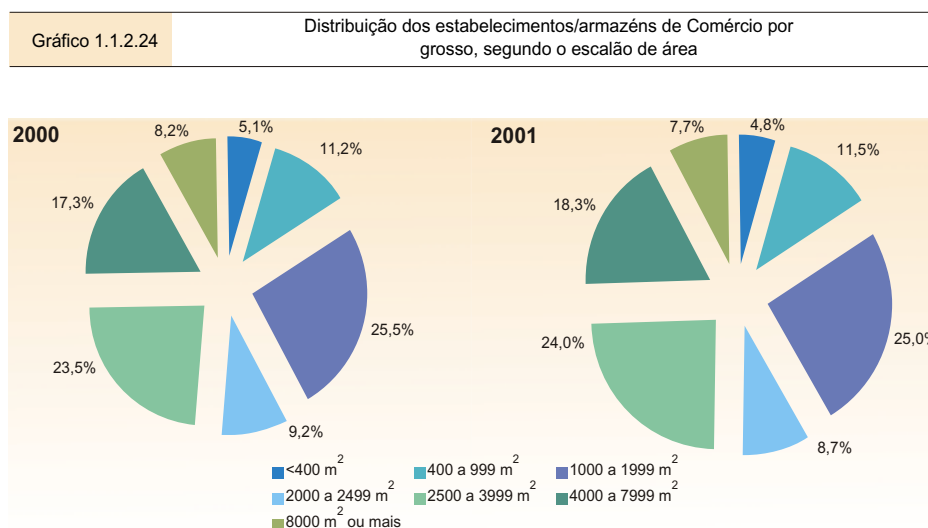
Gráfico 1.1.2.23

Gasto médio por transacção realizada nos estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



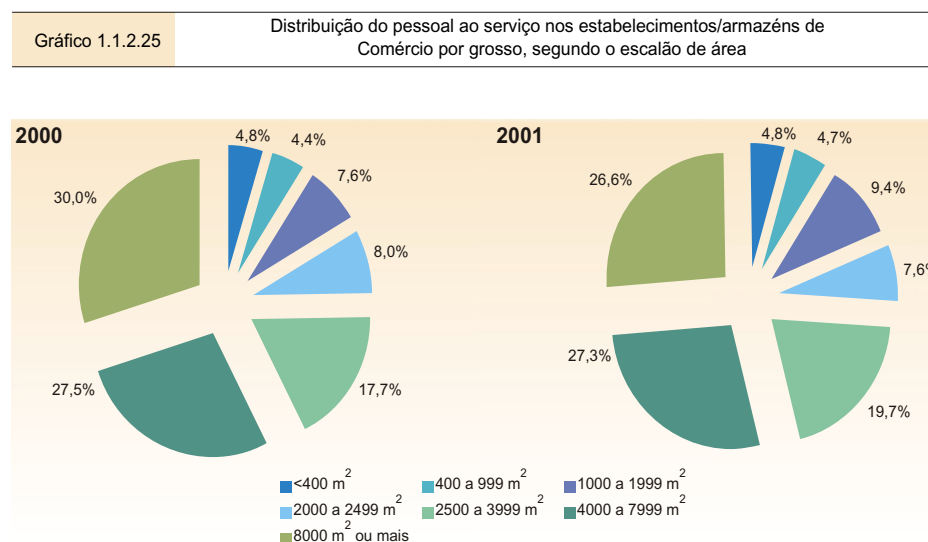
Os estabelecimentos/armazéns comerciais que exerciam a actividade de Comércio por grosso em 2001 eram 104, mais 6 do que no ano anterior. Por

escalão de área, as variações mais significativas ocorreram nos escalões de 2 500 a 3 999 m² e de 4 000 a 7 999 m², com mais 2 estabelecimentos cada.



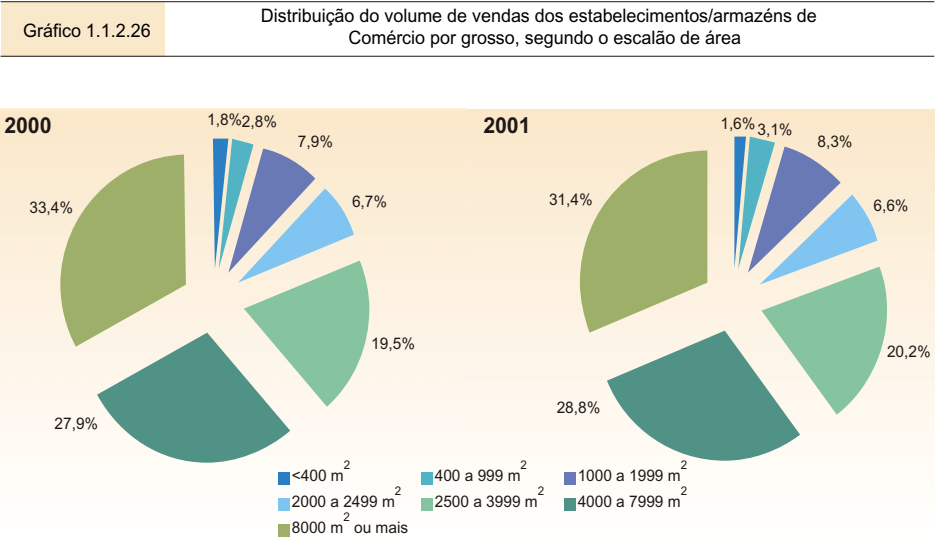
O volume de emprego a cargo das unidades comerciais de dimensão relevante de Comércio por grosso aumentou 3,2% em 2001, embora os

estabelecimentos/armazéns comerciais de maior dimensão (8 000 m² ou mais) tenham registado uma redução significativa de 138 trabalhadores (-8,7%).

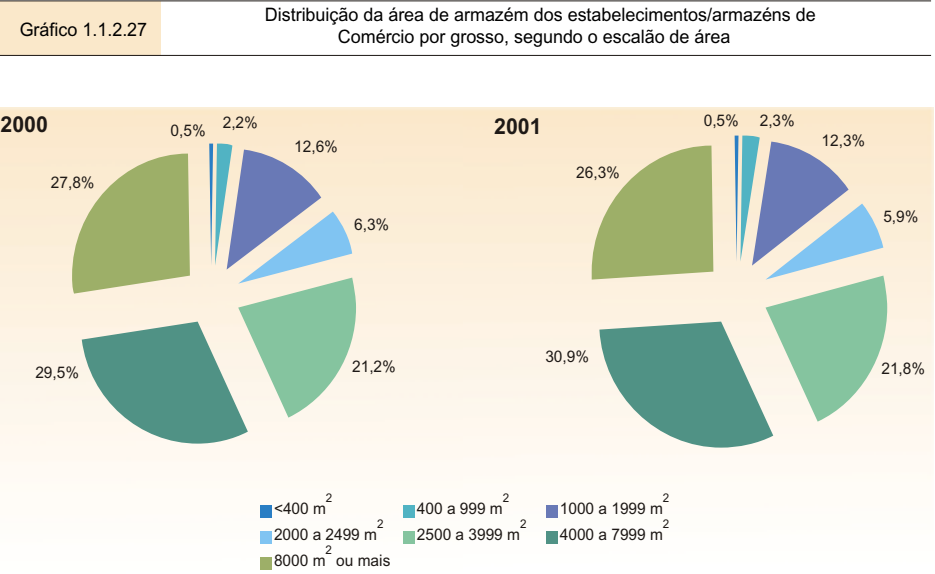


Em 2001, os estabelecimentos/armazéns comerciais inquiridos representaram um volume de vendas de cerca de 1 851 milhões de euros, mais 2,0%

do que no ano anterior. Neste montante os estabelecimentos de maior dimensão representaram cerca de 31,4% em 2001.



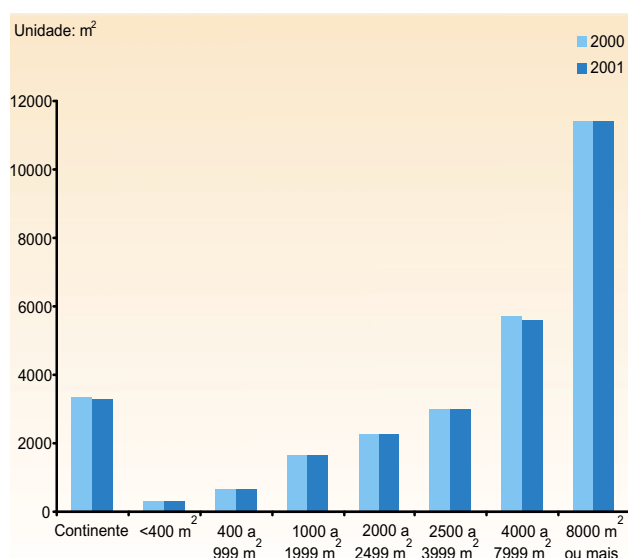
A área dos estabelecimentos/armazéns comerciais em 2001 era de 345 599 m², mais 5,5% do que no ano anterior. Por seu lado, o escalão que disponibilizava maior área, era o de 4 000 a 7 999 m² com 106 811 m² (30,9% do total), seguido do último escalão (26,3%).



Por escalão de área de exposição e venda, a área média variou entre os 315 m² oferecidos pelos estabelecimentos/armazéns comerciais do primeiro escalão e os 11 380 m² disponibilizados pelos de maior dimensão.

Gráfico 1.1.2.28

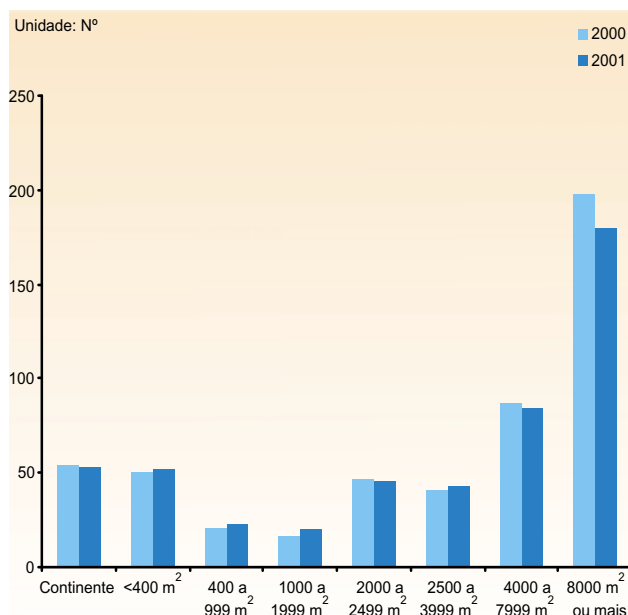
Área média dos estabelecimentos/armazéns de Comércio por grosso, segundo o escalão de área



Em 2001, cada estabelecimento/armazém comercial empregava, em média, 53 trabalhadores, menos 1 do que em 2000. É de salientar a descida do número médio de pessoas ao serviço nos estabelecimentos/armazéns de maior dimensão, de 198 em 2000, para 180 em 2001.

Gráfico 1.1.2.29

Nº médio de pessoas ao serviço por estabelecimento/armazém de Comércio por grosso, segundo o escalão de área

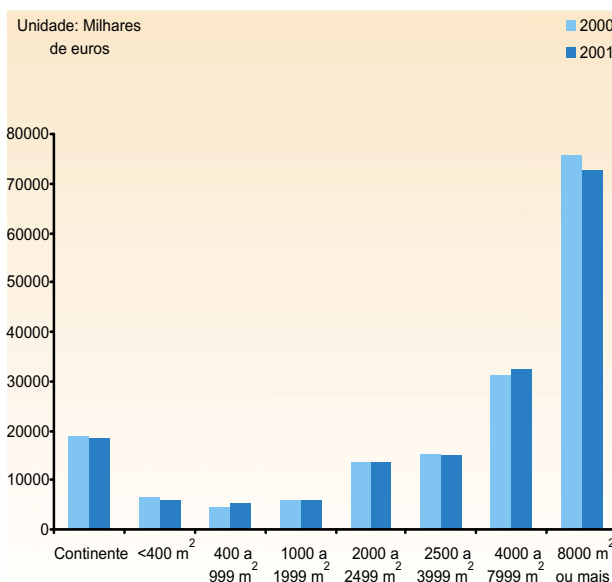


Analisando o gráfico 2.1.2.30, pode-se observar um decréscimo do volume de vendas médio por estabelecimento/armazém comercial, de 18,7 milhões de euros em 2000, para 18,3 milhões de euros em

2001. A descida do volume de vendas médio mais significativa, ocorreu nos estabelecimentos/armazéns comerciais de maior dimensão (-4,0%)

Gráfico 1.1.2.30

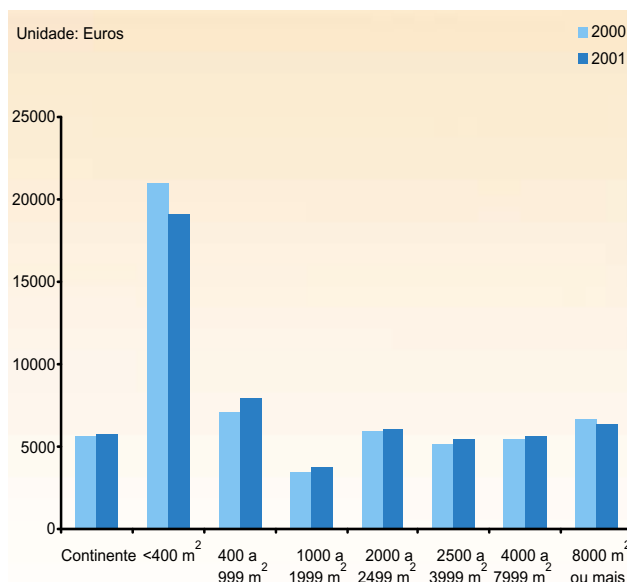
Volume de vendas médio por estabelecimento/armazém de Comércio por grosso, segundo o escalão de área de armazém



O volume de vendas por m² de área dos estabelecimentos/armazéns comerciais em análise foi de 5 680 euros em 2001, mais 71 euros em relação a 2000, tendo os valores extremos ocorrido nos escalões de menos de 400 m² e de 1 000 a 1 999 m², com 19 057 euros e 3 701 euros, respectivamente.

Gráfico 1.1.2.31

Volume de vendas por m² de dos estabelecimentos/armazéns de Comércio por grosso, segundo o escalão de área



Quadros dos principais resultados

Quadro 1.1.2.2 Estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto - Principais variáveis

Variável	Ano	Escalação de área de exposição e venda							
		Continente	<400 m ²	400 a 999 m ²	1000 a 1999 m ²	2000 a 2499 m ²	2500 a 3999 m ²	4000 a 7999 m ²	8000 m ² ou mais
Nº de estabelecimentos	2000	959	335	364	187	20	15	11	27
	2001	992	346	380	191	20	15	12	28
Nº pessoas ao serviço	2000	41 083	2 701	9 830	11 325	1 583	2 106	2 545	10 993
	2001	41 829	2 674	9 994	11 091	1 723	2 054	2 821	11 472
Volume de vendas a retalho (milhares de euros)	2000	6 256 248	372 844	1 271 661	1 536 976	264 058	330 190	414 266	2 066 255
	2001	6 665 333	473 753	1 462 735	1 554 672	294 909	330 410	457 354	2 091 501
Área de exposição e venda (m ²)	2000	1 041 663	78 739	269 488	281 884	41 764	47 371	58 801	263 616
	2001	1 072 889	81 532	280 896	284 793	41 914	46 490	65 801	271 463
Nº de transacções realizadas (milhares)	2000	367 749	66 842	102 185	94 004	14 690	14 409	13 372	62 247
	2001	409 976	77 673	116 509	102 260	15 532	14 607	16 827	66 568

Quadro 1.1.2.3 Estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto - Principais indicadores

Indicador	Ano	Escala de área de exposição e venda							
		Continente	<400 m²	400 a 999 m²	1000 a 1999 m²	2000 a 2499 m²	2500 a 3999 m²	4000 a 7999 m²	8000 m² ou mais
Área média de exposição e venda por estabelecimento (m²)	2000	1 086	235	740	1 507	2 088	3 158	5 346	9 764
	2001	1 082	236	739	1 491	2 096	3 099	5 483	9 695
Nº médio de pessoas ao serviço por estabelecimento ^(a)	2000	43	8	53	56	79	140	231	407
	2001	42	8	26	58	86	142	242	410
Volume de vendas médio a retalho por estabelecimento ^(a) (milhares de euros)	2000	6 648	1 139	3 524	8 344	13 203	22 013	37 661	76 528
	2001	6 838	1 392	3 877	8 293	14 745	23 247	39 174	75 988
Volume de vendas a retalho por m² de área de exposição e venda ^(a) (euros)	2000	6 029	4 768	4 705	5 517	6 323	6 970	7 045	7 838
	2001	6 329	5 945	5 234	5 620	7 036	7 398	7 018	7 838
Nº de transacções realizadas por m² de área de exposição e venda ^(a)	2000	354	860	379	338	352	304	227	236
	2001	385	980	418	371	371	332	255	234
Gasto médio por transacção realizada ^(a) (euros)	2000	17,0	5,5	12,4	16,3	18,0	22,9	31,0	33,2
	2001	16,4	6,1	12,5	15,1	19,0	22,3	27,5	33,6

^(a) Considerando apenas os estabelecimentos em funcionamento os 12 meses de cada ano

Quadro 1.1.2.4

Estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto - Distribuição do volume de vendas por tipo de produtos

Tipo de produtos	Ano	Escalão de área de exposição e venda								%
		Continente	<400 m ²	400 a 999 m ²	1000 a 1999 m ²	2000 a 2499 m ²	2500 a 3999 m ²	4000 a 7999 m ²	8000 m ² ou mais	
Produtos alim., bebidas e tabaco	2000	66,1	81,9	75,6	72,2	61,0	61,8	57,6	56,0	
	2001	66,5	81,6	75,4	72,2	61,7	62,0	57,6	55,8	
Produtos farm., médicos, cosméticos e de higiene	2000	11,5	15,0	7,7	11,5	16,2	12,2	11,4	12,6	
	2001	11,4	14,1	7,3	11,5	16,4	12,0	10,6	12,9	
Produtos têxteis, de vestuário, calçado e artigos de couro	2000	4,0	0,7	3,7	1,9	2,7	4,7	5,9	6,0	
	2001	4,0	0,7	3,8	1,8	2,3	4,7	5,8	6,3	
Produtos para a casa e para o lar	2000	8,7	0,7	10,4	7,4	6,6	7,0	9,6	10,5	
	2001	8,6	1,1	10,6	7,3	6,5	7,0	10,2	10,2	
Outros	2000	9,6	1,8	2,6	7,0	13,5	14,3	15,6	14,8	
	2001	9,5	2,5	2,8	7,2	13,1	14,4	15,8	14,7	

Quadro 1.1.2.5 Estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar - Principais variáveis

Variável	Ano	Escalação de área de exposição e venda							
		Continente	<400 m ²	400 a 999 m ²	1000 a 1999 m ²	2000 a 2499 m ²	2500 a 3999 m ²	4000 a 7999 m ²	
Nº de estabelecimentos	2000	294	81	130	49	13	16	5	-
	2001	348	96	155	60	14	18	5	-
Nº pessoas ao serviço	2000	6 049	924	1 520	1 902	403	880	420	-
	2001	6 797	995	1 893	2 165	418	947	379	-
Volume de vendas a retalho (milhares de euros)	2000	859 847	105 387	254 167	277 241	53 550	129 456	40 046	-
	2001	990 023	135 855	283 461	317 131	54 240	135 842	63 493	-
Área de exposição e venda (m ²)	2000	267 800	17 096	71 552	71 080	28 075	50 959	29 038	-
	2001	310 303	20 626	86 736	86 767	30 075	57 069	29 030	-
Nº de transacções realizadas (milhares)	2000	38 033	8 808	10 200	10 790	1 555	2 455	1 789	-
	2001	41 818	10 100	12 545	12 682	1 617	2 897	1 978	-

Quadro 1.1.2.6 Estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar - Principais indicadores

Indicador	Ano	Escala de área de exposição e venda							
		Continente	<400 m ²	400 a 999 m ²	1000 a 1999 m ²	2000 a 2499 m ²	2500 a 3999 m ²	4000 a 7999 m ²	8000 m ² ou mais
Área média por Estabelecimento (m ²)	2000	911	211	550	1 451	2 160	3 185	5 808	-
	2001	892	215	560	1 446	2 148	3 171	5 806	-
Nº médio de pessoas ao serviço por estabelecimento ^(a)	2000	20	12	12	39	33	55	80	-
	2001	20	10	12	39	30	53	76	-
Volume de vendas médio a retalho por estabelecimento ^(a) (milhares de euros)	2000	3 018	1 368	1 980	5 739	4 372	8 614	15 102	-
	2001	3 161	1 578	1 973	6 097	4 092	7 906	12 699	-
Volume de vendas a retalho por m ² de área de exposição e venda ^(a) (euros)	2000	3 507	6 674	3 602	3 958	2 014	2 749	2 535	-
	2001	3 422	7 509	3 552	4 165	1 895	2 493	2 187	-
Nº de transacções realizadas por m ² de área de exposição e venda ^(a)	2000	148	483	145	154	58	52	89	-
	2001	140	526	158	162	56	52	68	-
Gasto médio por transacção realizada ^(a) (euros)	2000	23,7	13,8	24,9	25,7	34,6	52,8	28,3	-
	2001	26,2	16,8	25,8	27,3	35,1	54,9	32,1	-

^(a) Considerando apenas os estabelecimentos em funcionamento os 12 meses de cada ano

Quadro 1.1.2.7

Estabelecimentos de Comércio por grosso - Principais variáveis

Variável	Ano	Escalação de área de exposição e venda							
		Continente	<400 m ²	400 a 999 m ²	1000 a 1999 m ²	2000 a 2499 m ²	2500 a 3999 m ²	4000 a 7999 m ²	8000 m ² ou mais
Nº de estabelecimentos	2000	98	5	11	25	9	23	17	8
	2001	104	5	12	26	9	25	19	8
Nº pessoas ao serviço	2000	5 263	253	232	398	420	933	1 447	1 580
	2001	5 431	259	255	511	411	1 070	1 483	1 442
Volume de vendas (milhares de euros)	2000	1 814 767	32 883	50 353	143 622	121 061	353 864	506 169	606 814
	2001	1 851 847	29 977	57 386	152 837	122 688	373 824	532 835	582 299
Área (m ²)	2000	327 483	1 573	7 139	41 298	20 473	69 313	96 648	91 039
	2001	345 599	1 573	7 904	42 598	20 473	75 201	106 811	91 039

Quadro 1.1.2.8 Estabelecimentos de Comércio por grosso - Principais indicadores

Indicador	Ano	Escalação de área de exposição e venda							
		Continente	<400 m ²	400 a 999 m ²	1000 a 1999 m ²	2000 a 2499 m ²	2500 a 3999 m ²	4000 a 7999 m ²	8000 m ² ou mais
Área média por estabelecimento m ²	2000	3 342	315	649	1 652	2 275	3 014	5 685	11 380
	2001	3 323	315	659	1 638	2 275	3 008	5 622	11 380
Nº médio de pessoas ao serviço por estabelecimento ^(a)	2000	54	51	21	16	47	41	87	198
	2001	53	52	23	20	46	43	84	180
Volume de vendas médio por estabelecimento ^(a) (milhares de euros)	2000	18 678	6 577	4 578	5 745	13 451	15 385	31 447	75 852
	2001	18 347	5 995	5 120	5 878	13 632	14 953	32 300	72 787
Volume de vendas por m ² de área ^(a) (euros)	2000	5 609	20 905	7 053	3 478	5 913	5 105	5 458	6 665
	2001	5 680	19 057	7 889	3 701	5 993	5 393	5 606	6 396

^(a) Considerando apenas os estabelecimentos em funcionamento os 12 meses de cada ano

1.1.3 Centros, Galerias e Condomínios Comerciais

Neste ponto, serão abordados os principais resultados obtidos com o inventário realizado pelo INE, que teve como base o estudo do Observatório do Comércio sobre “Centros Comerciais em Portugal – Conceitos, tipologias e dinâmicas de evolução”. Far-se-á, também, referência aos resultados do Inquérito aos Estabelecimentos dos Centros Comerciais para os anos 2000 e 2001. De notar que os dados relativos à actividade dos estabelecimentos em 1999, resultaram de uma inquirição exaustiva, enquanto nos dois anos seguintes o inquérito passou a ser feito por amostragem (ver notas metodológicas).

Segundo o inventário realizado, Portugal Continental dispunha de um total de 745 Centros, Galerias e Condomínios Comerciais, nos quais estavam inseridos 28 760 estabelecimentos.

Do conjunto das 745 unidades contabilizadas, 4,7% eram Centros de grande dimensão, pertencendo ao último escalão do número de estabelecimentos. Nestas mesmas unidades, estavam localizados 19,1% do total de estabelecimentos inventariados.

É de referir que, dos 28 760 estabelecimentos contabilizados, apenas 74,3% estavam em funcionamento, embora nos Centros Comerciais de grande dimensão esta parcela tenha atingido 83,3%.

No inquérito realizado, foram apenas consideradas algumas actividades (ver notas metodológicas), sendo que o número de estabelecimentos seleccionados ascendeu a 18 584, dos quais 22,7% estavam sediados em Centros Comerciais do último escalão do número de estabelecimentos.

Ao total dos estabelecimentos seleccionados, correspondia uma área de 1 740 835 m², sendo que ao conjunto de 4 219 que constituem o último escalão

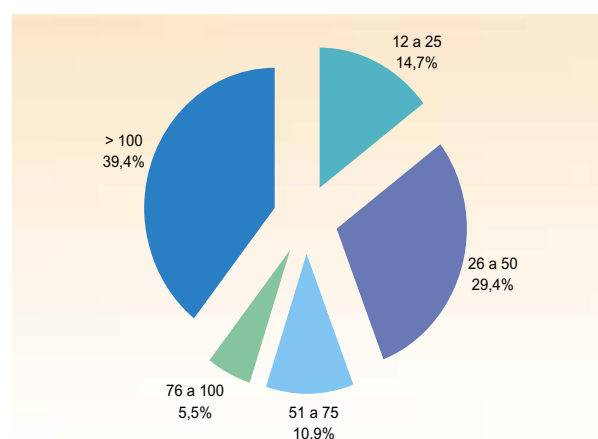
(22,7% do total) estava associada uma área de 568 218 m², ou seja, 32,6% do total.

A área média dos estabelecimentos era de 94 m² em Portugal Continental no ano 2000, tendo atingido os 135 m² no último escalão, enquanto no primeiro escalão não foi além dos 80 m².

O volume de negócios realizado pelos estabelecimentos seleccionados atingiu os 5 895 milhões de euros em 1999, com os estabelecimentos do último escalão a serem responsáveis por 39,4% do total, seguidos dos que se incluem no segundo escalão, que deram origem a 29,4%.

Gráfico 1.1.3.1

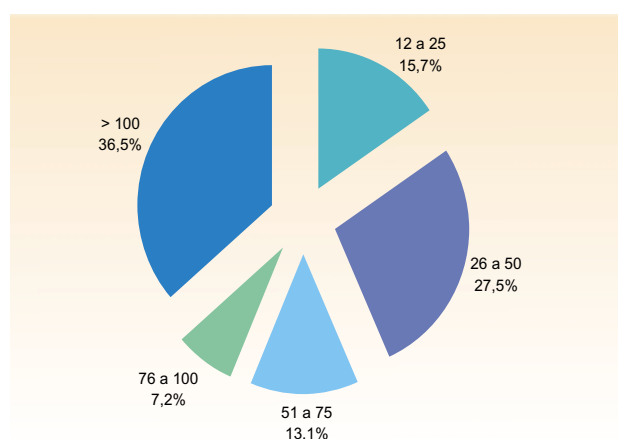
Distribuição do volume de negócios dos estabelecimentos seleccionados, segundo o escalão do número de estabelecimentos - 1999



Em 1999, os estabelecimentos considerados empregavam um total de 75 140 indivíduos, sendo que 27 408 (36,5%) estavam afectos a unidades do último escalão e 20 679 (27,5%) a estabelecimentos do segundo escalão.

Gráfico 1.1.3.2

Distribuição do número de pessoas ao serviço dos estabelecimentos seleccionados, segundo o escalão do número de estabelecimentos - 1999

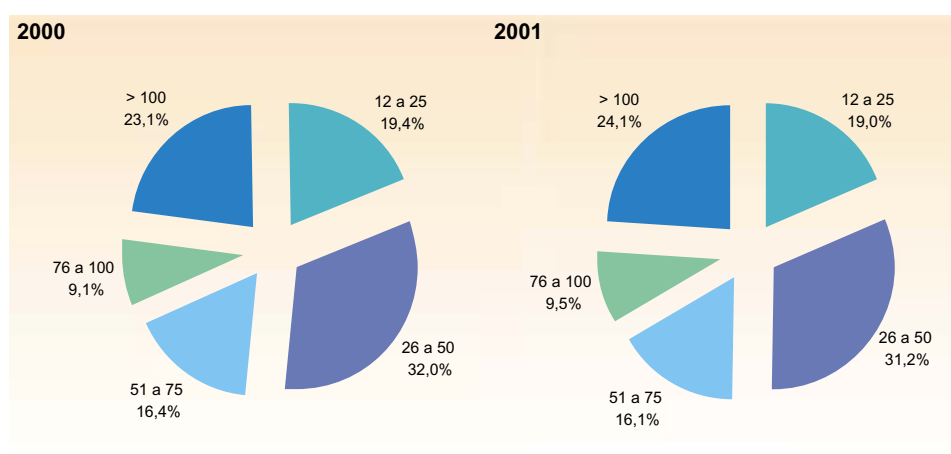


Em 1999, cada estabelecimento obtinha, em média, um volume de negócios de 387 milhares de euros e contava com um número médio de 4,3 pessoas ao serviço. De referir que, nos estabelecimentos do último escalão, o volume de negócios médio atingiu os 627 milhares de euros e o número médio de pessoas ao serviço foi de 6,8. De acrescentar ainda que o volume de negócios por m² de área dos estabelecimentos também alcançou o valor mais elevado no último escalão, 4 454 euros em 1999.

No ano 2000, e de acordo com os resultados do Inquérito aos Estabelecimentos dos Centros Comerciais, contavam-se 748 Centros, Galerias e Condomínios Comerciais no Continente, totalizando 21 582 estabelecimentos em funcionamento, e em 2001 o número de Unidades Comerciais deste tipo aumentou para 759, com 23 234 estabelecimentos em funcionamento. O número de estabelecimentos seleccionados era de 18 808 em 2000 e de 19 472 no ano seguinte.

Gráfico 1.1.3.3

Distribuição dos estabelecimentos seleccionados, segundo o escalão do número de estabelecimentos - 2000 e 2001

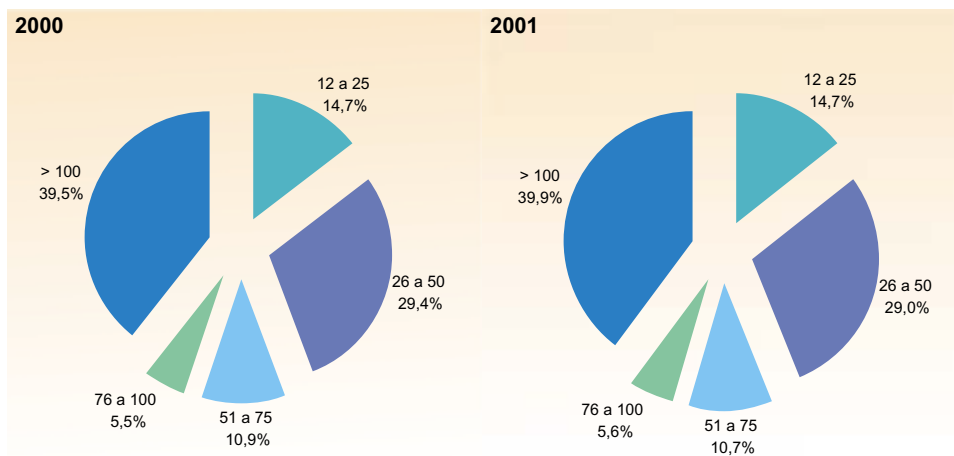


Estes estabelecimentos estavam distribuídos por uma área total de 2 029 521 m² em 2001, acima dos 1 778 322 m² observados um ano antes. Isto resultou numa área média por estabelecimento de 95 m² em 2000 e de 104 m² no ano seguinte.

O volume de negócios realizado pelos estabelecimentos seleccionados ascendeu a 6 048 milhões de euros em 2001, mais 118 milhões de euros do que no ano anterior, o que resultou num volume de negócios médio de 392 e 389 milhares de euros, respectivamente.

Gráfico 1.1.3.4

Distribuição do volume de negócios dos estabelecimentos seleccionados, segundo o escalão do número de estabelecimentos - 2000 e 2001

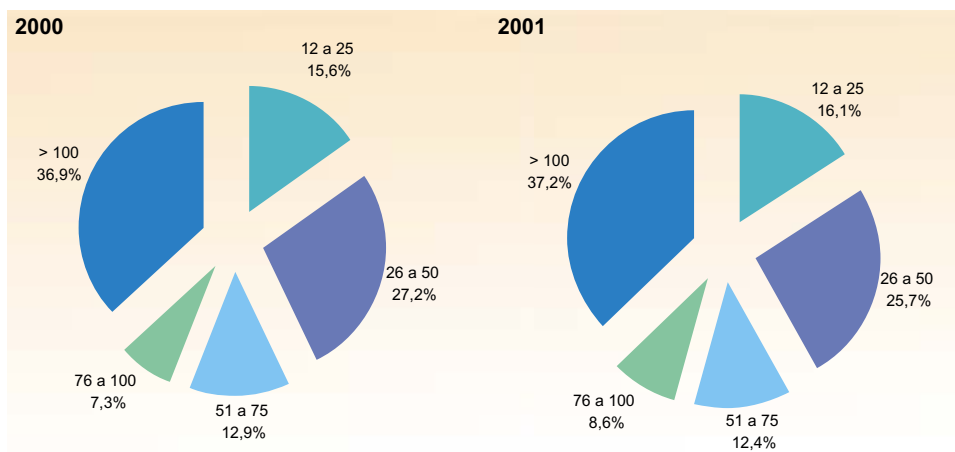


Em 2000, estavam afectas aos estabelecimentos seleccionados 76 439 pessoas, número que cresceu para 82 406 em 2001. O número médio de pessoas ao serviço destes estabelecimentos era de 4,6 em

2000, passando para 4,8 um ano depois, sendo nos estabelecimentos do último escalão que se observou um valor mais significativo para este indicador, 6,8 em 2000 e 6,9 em 2001.

Gráfico 1.1.3.5

Distribuição do número de pessoas ao serviço dos estabelecimentos seleccionados, segundo o escalão do número de estabelecimentos - 2000 e 2001



Quadros dos principais resultados

Quadro 1.1.3.1	Centros, Galerias e Condomínios Comerciais, segundo o escalão do número de estabelecimentos - 1999					
1999						
Variável / Indicador	Total	Escalão do número de estabelecimentos				
		12 a 25	26 a 50	51 a 75	76 a 100	> 100
N.º Centros, Galerias e Condomínios Comerciais	745	319	282	79	30	35
Nº de estabelecimentos inventariados	28 760	5 829	9 878	4 937	2 627	5 489
Nº de estabelecimentos em funcionamento	21 366	4 342	7 076	3 542	1 833	4 573
Nº de estabelecimentos seleccionados ^(a)	18 584	3 624	6 023	3 084	1 634	4 219
Área total dos estabelecimentos seleccionados ^(a) (m ²)	1 740 835	291 317	518 020	229 102	134 177	568 218
Área média dos estabelecimentos seleccionados ^(a) (m ²)	94	80	86	74	82	135
Volume de negócios ^(a) realizado pelos estabelecimentos com actividade em 1999 (milhares de euros)	5 895 243	869 186	1 735 046	640 967	325 803	2 324 241
Volume de negócios médio por estabelecimento ^(b) (milhares de euros)	387	309	363	253	244	627
Volume de negócios por m ^{2(b)} (euros)	3 826	3 322	3 871	3 142	3 197	4 454
Nº de pessoas ao serviço ^(a)	75 140	11 779	20 679	9 849	5 425	27 408
Nº médio de pessoas ao serviço ^(b) por estabelecimento	4,3	3,5	3,7	3,4	3,6	6,8

^(a) Considerando apenas as actividades seleccionadas para inquirição (comércio e reparação, restauração, serviços pessoais e actividades recreativas)

^(b) Considerando apenas os estabelecimentos com 12 meses de actividade em 1999

Nota: Os dados físicos são relativos a Maio de 2000

Quadro 1.1.3.2 Centros, Galerias e Condomínios Comerciais, segundo o escalão do número de estabelecimentos - 2000 e 2001

Variável / Indicador	Ano	Total	Escalão do número de estabelecimentos				
			12 a 25	26 a 50	51 a 75	76 a 100	> 100
N.º Centros, Galerias e Condomínios Comerciais	2000	748	320	282	79	31	36
	2001	759	323	284	80	33	39
Número de estabelecimentos em funcionamento	2000	21 582	4 359	7 076	3 542	1 912	4 693
	2001	23 234	5 345	7 138	3 616	2 064	5 071
Nº de estabelecimentos seleccionados ^(a)	2000	18 808	3 641	6 026	3 089	1 713	4 339
	2001	19 472	3 701	6 079	3 139	1 856	4 697
Área total dos estabelecimentos seleccionados ^(a) (m ²)	2000	1 778 322	308 817	518 020	229 104	139 164	583 218
	2001	2 029 521	352 317	527 720	237 602	189 164	722 718
Área média dos estabelecimentos seleccionados ^(a) (m ²)	2000	95	85	86	74	81	134
	2001	104	95	87	76	102	154
Volume de negócios ^(a) realizado pelos estabelecimentos com actividade (milhares de euros)	2000	5 930 836	873 697	1 743 721	644 172	327 937	2 341 309
	2001	6 048 383	890 173	1 757 016	648 882	340 078	2 412 235
Volume de negócios médio por estabelecimento ^(b) (milhares de euros)	2000	389	311	362	258	254	642
	2001	392	312	370	259	255	653
Volume de negócios por m ^{2(b)} (euros)	2000	3 845	3 349	3 925	3 151	3 203	4 453
	2001	3 852	3 356	3 930	3 158	3 210	4 449
Nº de pessoas ao serviço ^(a)	2000	76 439	11 961	20 782	9 898	5 602	28 195
	2001	82 406	13 296	21 176	10 198	7 050	30 686
Nº médio de pessoas ao serviço ^(b) por estabelecimento	2000	4,6	3,6	3,6	3,5	3,6	6,8
	2001	4,8	3,8	3,5	3,4	3,8	6,9

^(a) Considerando apenas as actividades seleccionadas para inquirição (comércio e reparação, restauração, serviços pessoais e actividades recreativas)

^(b) Considerando apenas os estabelecimentos com 12 meses de actividade

Análise regional

1.2

1.2.1 Grandes Superfícies Retalhistas Alimentares (GSRA)

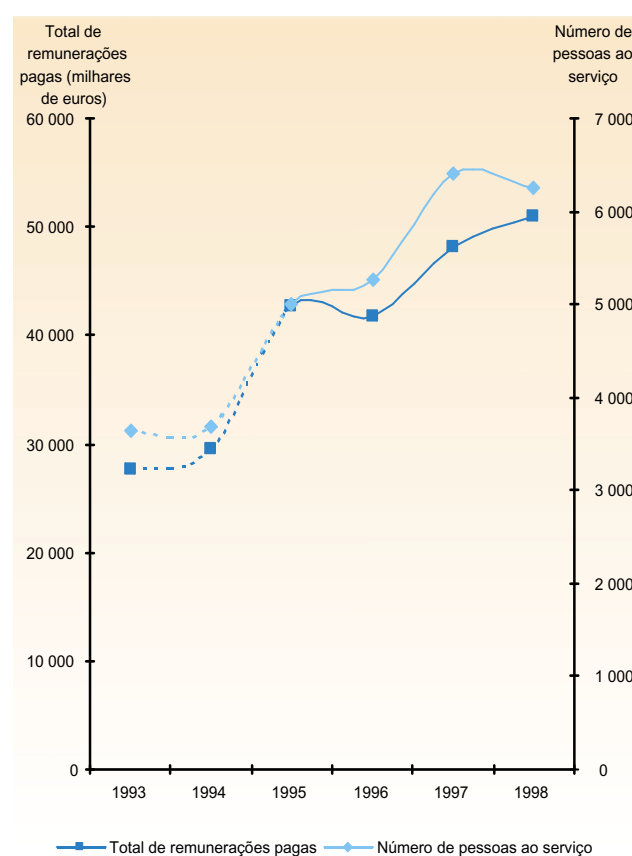
1.2.1.1 Região Norte

Na região Norte, existiam 20 GSRA em 1995, número que aumentou para 27 em 1999. Entre 1997 e 1999, a área de exposição e venda disponível aumentou cerca de 1,9%. Em 1999, 37,0% dos estabelecimentos da região Norte tinham uma área de exposição e venda com 8 000 m² ou mais, 14,8% dispunham de uma área entre 4 000 e 7 999 m² e 22,2% estavam no escalão com área entre 2 000 e 2 499 m².

Entre 1997 e 1999, o número de residentes por m² de área de exposição e venda das unidades estabelecidas no Norte não se alterou, mantendo-se em 25 pessoas por m².

O número de pessoas ao serviço do total das GSRA da região Norte ascendeu a 4 993 pessoas em 1995 e aumentou para 6 252 em 1998. Nesse último ano, o total de remunerações pagas nas GSRA do Norte foi de 51,0 milhões de euros, mais 19,4% do que em 1995.

Gráfico 1.2.1.1.1 Pessoal ao serviço e remunerações pagas

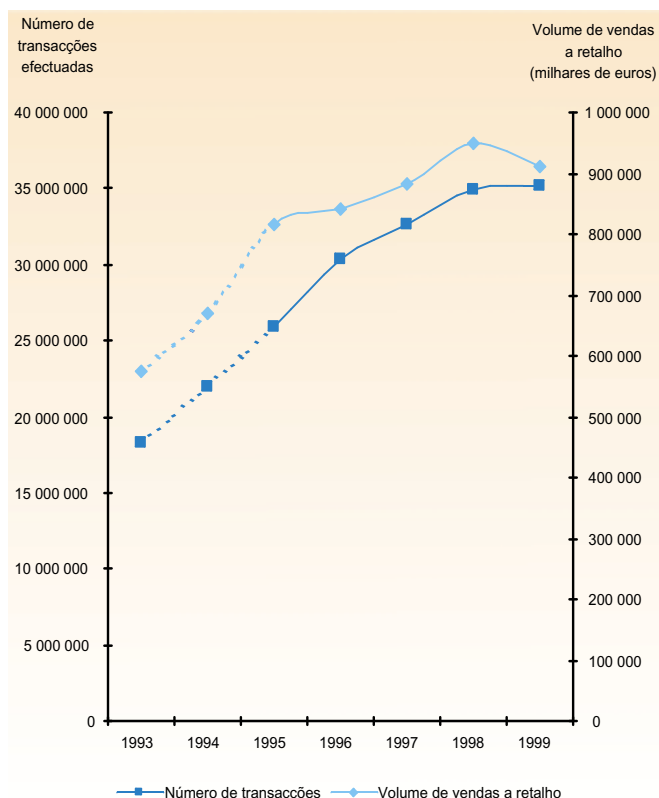


Em 1995, o volume de vendas a retalho atingia cerca de 815,2 milhões de euros, observando-se um crescimento do mesmo até 1998. No entanto, tal como o número de pessoas ao serviço, esta variável sofreu um decréscimo de 3,8% em 1999.

O número de transacções efectuadas em 1995 GSRA estabelecidas no Norte ascendeu a cerca de 25,9 milhões, sendo que o acréscimo mais significativo se deu no ano seguinte, e nos posteriores foi mais

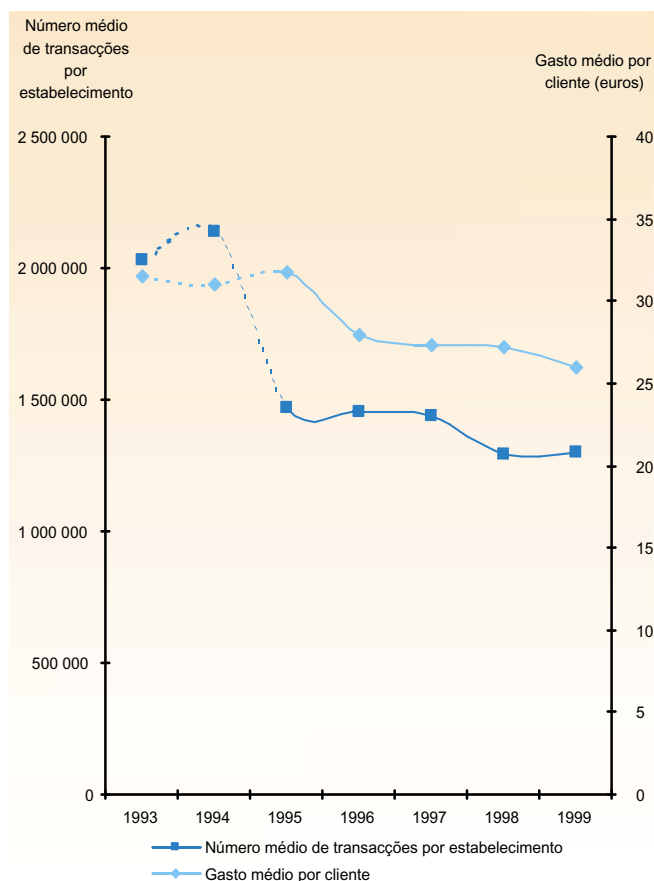
moderado. Esta variável aumentou 17,0% em 1996 e em 1999 alcançou os 35,1 milhões, mais 15,9%.

Gráfico 1.2.1.1.2 Número de transacções efectuadas e volume de vendas a retalho



Entre 1995 e 1998, o número médio de transacções por estabelecimento decresceu cerca de 12,3%, mas registou uma ligeira recuperação em 1999, aumentando cerca de 0,7%. Por sua vez, o valor médio por transacção efectuada atingiu os 31,7 euros em 1995 na região Norte, caindo para 27,9 euros em 1996 e, em 1999 não ia além dos 26,0 euros por cliente.

Gráfico 1.2.1.1.3 Número médio de transacções e gasto médio por cliente

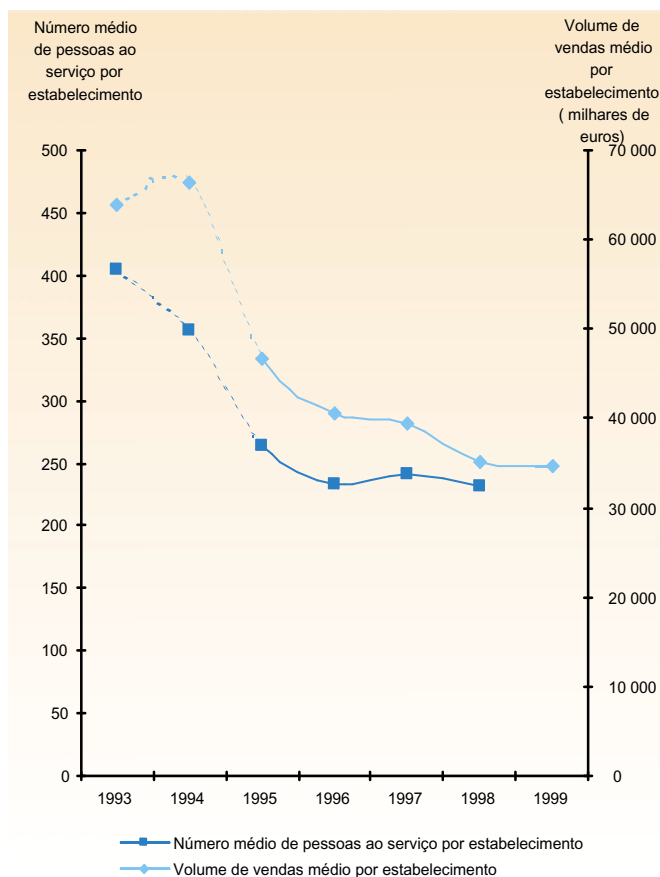


Nota: Considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os doze meses de cada ano

O número médio de pessoas ao serviço e o volume de vendas médio por estabelecimento sofreram decréscimos entre 1995 e 1998, como é possível constatar pela leitura do gráfico seguinte. Em 1995, o número médio de pessoas ao serviço por GSRA na região Norte era de 263, tendo-se observado uma redução até 1998, quando este indicador atingiu as 232 pessoas ao serviço por unidade. Por sua vez, o volume de vendas médio a retalho sofreu um decréscimo de 24,8% até 1998.

Gráfico 1.2.1.1.4

Número médio de pessoas ao serviço e volume de vendas médio por estabelecimento



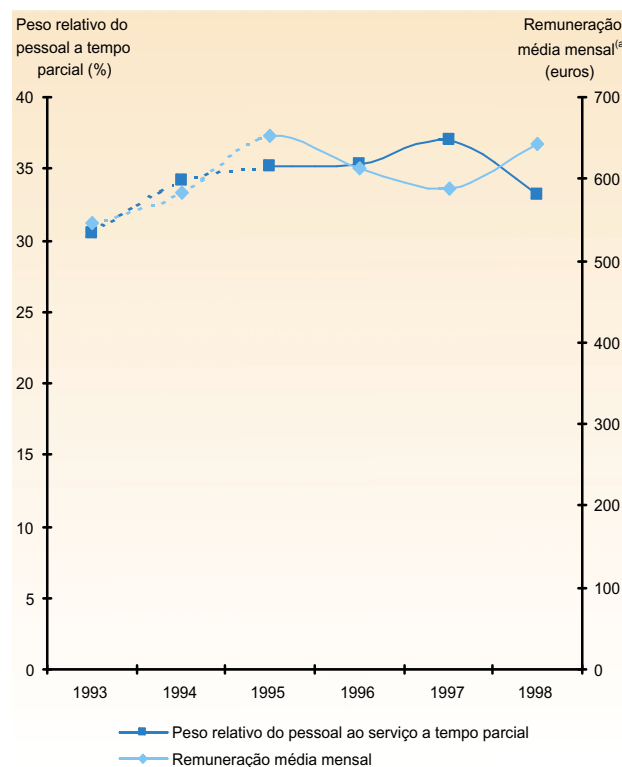
Nota: Considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os doze meses de cada ano

O pessoal ao serviço em regime de tempo parcial nas GSRA da região Norte representava 35,2% do total do pessoal ao serviço em 1995 e atingiu um máximo de 37,0% em 1997. No entanto, no ano seguinte, o pessoal a exercer funções sob este regime contratual tornou-se menos representativo nas unidades estabelecidas nesta região, situando-se em 33,1% em 1998.

A remuneração média mensal evoluiu cerca de -1,5% entre 1995 e 1998, sendo de referir que as oscilações desta variável se devem, em grande parte, à variação da representatividade do número de pessoas ao serviço a tempo parcial.

Gráfico 1.2.1.1.5

Peso relativo do pessoal a tempo parcial e remuneração média mensal

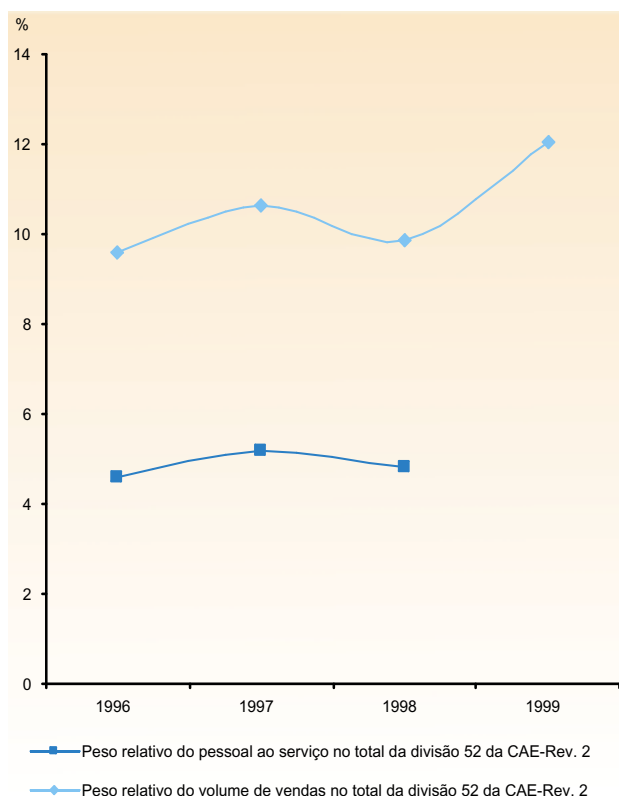


(a) Considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os doze meses de cada ano

Na região Norte, o número de pessoas ao serviço de GSRA representava 4,6% do total do pessoal ao serviço de empresas da divisão 52 da CAE-Rev. 2 na região, parcela que aumentou para 5,2% em 1997, mas voltou a decrescer em 1998, para 4,8%. Por seu lado, o volume de vendas a retalho realizado nas GSRA atingiu os 12,1% do total da divisão 52 da CAE-Rev. 2 em 1999, acima dos 9,6% observados em 1996, reflectindo a importância crescente do Comércio nestas superfícies.

Gráfico 1.2.1.1.6

Peso relativo do pessoal ao serviço e do volume de vendas na divisão 52 da CAE-Rev. 2



A comercialização de produtos alimentares, bebidas e tabaco nas GSRA da região Norte representava 56,5% em termos do volume de vendas a retalho neste estabelecimentos em 1995, tendo-se tornado mais expressiva em 1997, quando atingiu 58,4%. No entanto, em 1999, o volume de vendas deste tipo de produtos não ia além de 55,8% do total realizado nas GSRA da região.

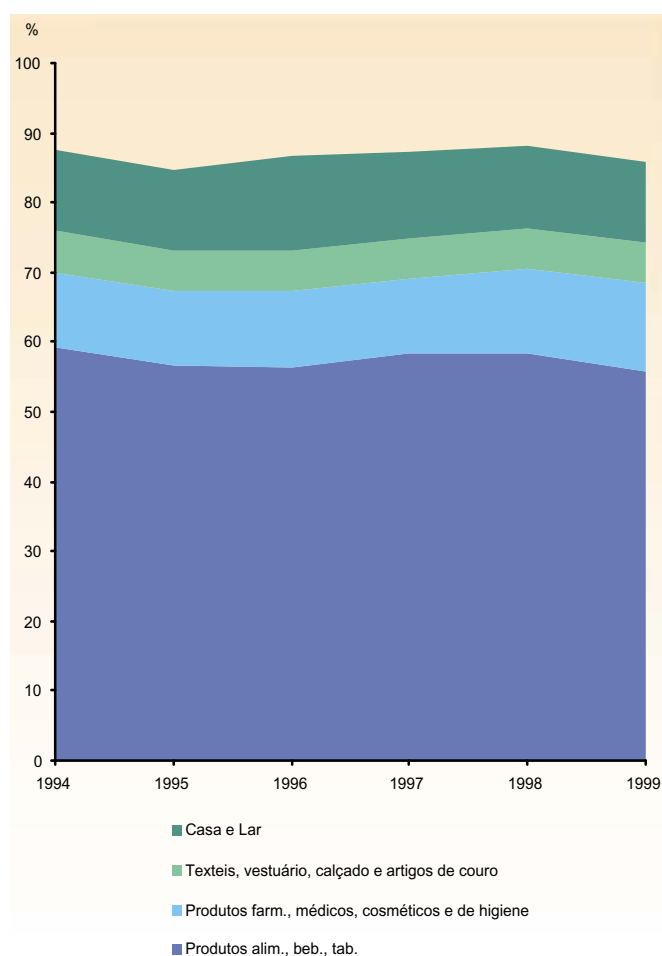
Pelo contrário, o peso relativo do volume de vendas a retalho gerado com a venda de produtos farmacêuticos, médicos, cosméticos e de higiene aumentou, atingiu 12,8% do total do volume de vendas a retalho das GSRA em 1999, acima dos 10,9% alcançados em 1995.

Outro tipo de bens cuja comercialização assumiu alguma importância nas GSRA em termos de volume de vendas realizado, foram os bens para a casa e para o lar. Em 1995, a venda destes bens dava origem a 11,5% do total do volume de vendas a retalho das GSRA da região Norte, aumentando para 13,5% em 1996, ano partir do qual este peso relativo decresceu, voltando a 11,5% em 1999.

Os produtos têxteis, de vestuário, calçado e artigos de couro eram responsáveis por 5,7% do total do volume de vendas gerado nas GSRA da região Norte em 1995, parcela que não se alterou significativamente até 1999, quando assumia 5,6%.

Gráfico 1.2.1.1.7

Distribuição do volume de vendas a retalho, segundo o tipo de produtos comercializados



Quadros dos principais resultados

Quadro 1.2.1.1.1

Principais variáveis

Principais variáveis	Unidade	1993 ^{a)}	1994 ^{a)}	1995	1996	1997	1998	1999
Nº de GSRA	nº	9	11	20	23	26	27	27
Área de exposição e venda total	m ²	X	X	X	X	140 870	143 949	143 551
Número de pessoas ao serviço	nº	3 648	3 690	4 993	5 270	6 413	6 252	X
Volume de vendas a retalho	milhares de euros	574 849	670 568	815 174	839 769	883 166	947 770	911 898
Total de remunerações pagas	milhares de euros	27 644	29 526	42 741	41 810	48 177	51 028	X
Número de transacções efectuadas	nº	18 269 204	21 918 669	25 924 279	30 321 046	32 669 751	34 901 565	35 128 906

Quadro 1.2.1.1.2

Principais indicadores

Principais indicadores	Unidade	1993 ^{a)}	1994 ^{a)}	1995	1996	1997	1998	1999
Nº de residentes por m ² de área de exposição e venda	nº	X	X	X	X	25	25	25
Nº médio de pessoas ao serviço por estabelecimento ^(b)	nº	405	356	263	233	242	232	X
Peso relativo do pessoal ao serviço a tempo parcial	%	30,5	34,1	35,2	35,3	37,0	33,1	X
Volume de vendas a retalho por pessoa ao serviço ^(b)	milhares de euros	157,6	186,3	177,4	174,4	162,8	151,6	X
Volume de vendas médio por estabelecimento ^(b)	milhares de euros	63 872	66 351	46 690	40 593	39 319	35 103	34 692
Volume de vendas a retalho por m ² de área de exposição e venda ^(b)	euros	X	X	X	X	7 157,9	6 584,1	6 352,4
Remuneração média mensal ^(b)	euros	545,0	583,6	653,4	613,5	589,0	643,4	X
Número médio de transacções por estabelecimento ^(b)	nº	2 029 912	2 140 443	1 473 037	1 454 958	1 442 004	1 292 651	1 301 071
Gasto médio por cliente ^(b)	euros	31,5	31,0	31,7	27,9	27,3	27,2	26,0
Peso relativo do pessoal ao serviço no total da rubrica 52 da CAE - Rev. 2	%	X	X	X	4,6	5,2	4,8	X
Peso relativo do volume de vendas no total da rubrica 52 da CAE - Rev. 2	%	X	X	X	9,6	10,6	9,9	12,1

^(a) Em 1993 e em 1994, os estabelecimentos com área de exposição e venda inferior a 2 000 m² não eram considerados grandes superfícies

^(b) Estes números foram obtidos considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os 12 meses de cada ano, excepto no caso de 1993

Quadro 1.2.1.1.3 Volume de vendas a retalho nas GSRA, por grupo de produtos

Tipo de produtos							
	1993 ^{a)}	1994 ^{a)}	1995	1996	1997	1998	1999
Produtos alim., beb., tab.	X	59,2	56,5	56,4	58,4	58,4	55,8
Produtos farm., médicos, cosméticos e de higiene	X	10,6	10,9	10,9	10,6	12,1	12,8
Texteis, vestuário, calçado e artigos de couro	X	6,2	5,7	5,8	5,9	5,7	5,6
Casa e Lar	X	11,7	11,5	13,5	12,4	12,0	11,5
Outros	X	12,3	15,3	13,4	12,6	11,8	14,3

Quadro 1.2.1.1.4 Número de estabelecimentos por escalão de superfície de exposição e venda

Escalão de superfície							
	1993 ^{a)}	1994 ^{a)}	1995	1996	1997	1998	1999
Norte	9	11	20	23	21	27	27
1000 a 1999 m ²	X	X	5	3	4	4	4
2000 a 2499 m ²		3	2	6	7	6	6
2500 a 3999 m ²	4 ^{b)}	3	6 ^{b)}	6 ^{b)}	5 ^{b)}	4	3
4000 a 7999 m ²		-				3	4
8000 m ² e mais	5	5	7	8	10	10	10

^{a)} Em 1993 e em 1994, os estabelecimentos com área de exposição e venda inferior a 2 000 m² não eram considerados grandes superfícies

^{b)} Dados agrupados por razões de segredo estatístico

1.2.1.2 Região Centro

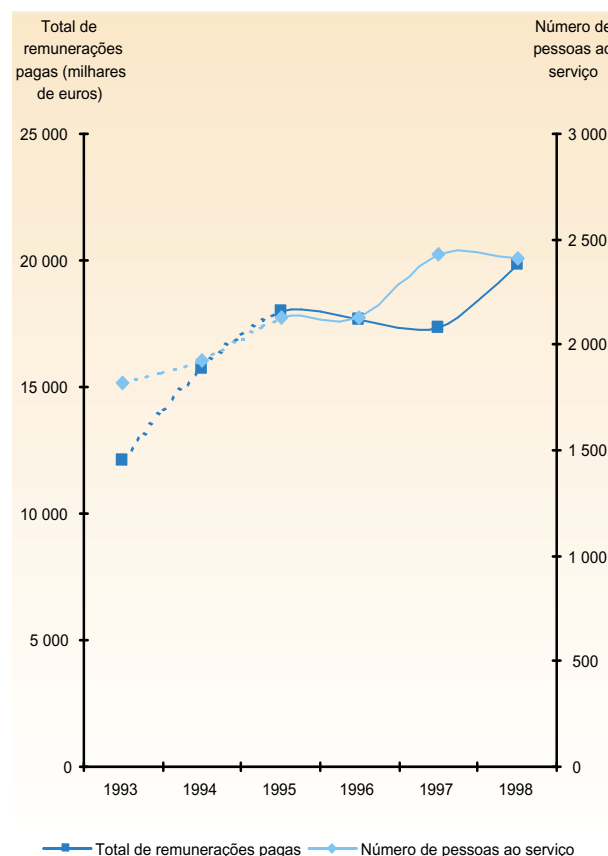
Em 1995, existiam 12 GSRA na região Centro, número que aumentou para 16 até 1999. Destas 16 unidades existentes em 1999, 43,8% tinham uma área de exposição e venda entre 1 000 e 1 999 m², face aos 41,7% observados em 1995. Por sua vez, o número de estabelecimentos com 4 000 m² ou mais alcançou os 37,5% em 1999, menos do que o verificado em 1995 (33,3%).

Os 14 estabelecimentos existentes em 1997 na região Centro dispunham, no total, de uma área de exposição e venda com 50 158 m², que aumentou 28,9% até 1999, quando a região já contava com 16 estabelecimentos. O número de residentes por m² de área de exposição e venda era de 34 em 1997 e 1998, sendo que esta densidade decresceu para 27 habitantes por m² em 1999, resultado, em parte, do já referido acréscimo do número de estabelecimentos e do consequente aumento da área de exposição e venda.

Em 1995, as GSRA da região Centro contavam com um total de 2 133 pessoas ao serviço, número que cresceu 13,9% até 1997, mas decresceu cerca de 0,7% em 1998. Ao total de 2 133 pessoas ao serviço nesta região em 1995, correspondia um total de 18,0 milhões de euros em remunerações pagas. No entanto, em 1997 o total de remunerações pagas diminuiu, ao contrário do que aconteceu com o número de pessoas ao serviço. Pelo contrário, em 1998, o valor total de remunerações pagas aumentou 14,4% em relação ao ano anterior, enquanto o número de pessoas ao serviço sofreu uma ligeira redução de 0,7%.

Gráfico 1.2.1.2.1

Pessoal ao serviço e remunerações pagas



Em 1999, o volume de vendas a retalho total atingiu os 387,4 milhões de euros, o que representa uma taxa de crescimento médio anual de 3,1% desde 1995, ano em que esta variável se ficou pelos 343,3 milhões de euros. Em 1997, o volume de vendas a retalho por m² de área de exposição e venda era de 7 424 euros, aumentando cerca de 0,6% em 1998, mas decrescendo em 1999 (-1,9%). O volume de vendas a retalho obtido em 1995 resultou da realização de 12,5 milhões de transacções nas GSRA da região Centro, número que aumentou 17,1% até 1999.

Gráfico 1.2.1.2.2

Número de transacções efectuadas e volume de vendas a retalho

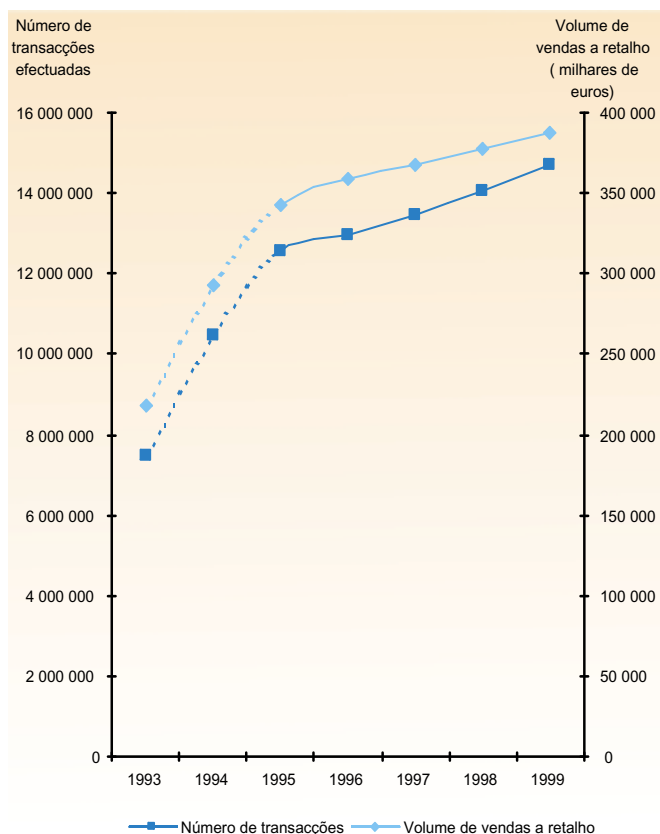
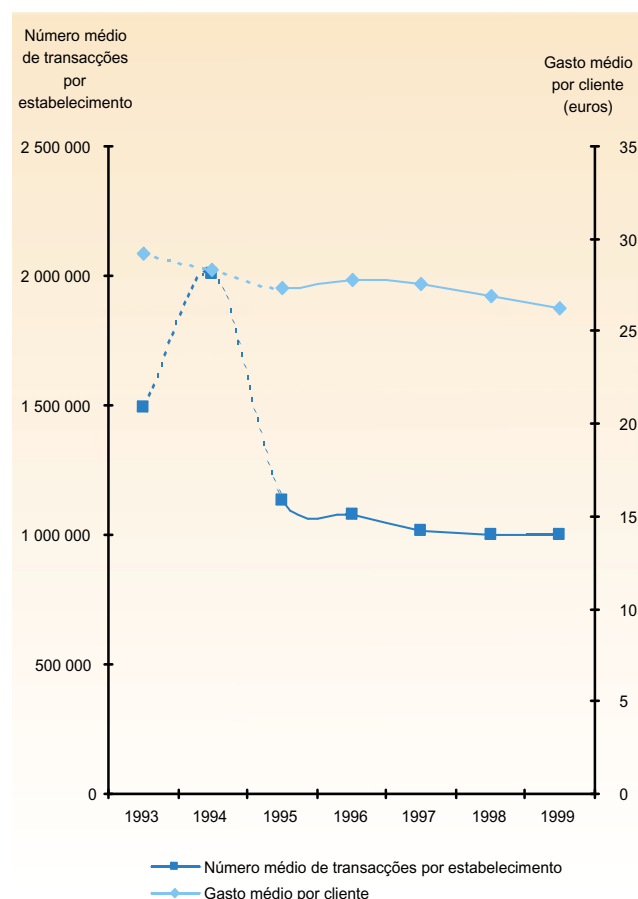


Gráfico 1.2.1.2.3

Número médio de transacções e gasto médio por cliente



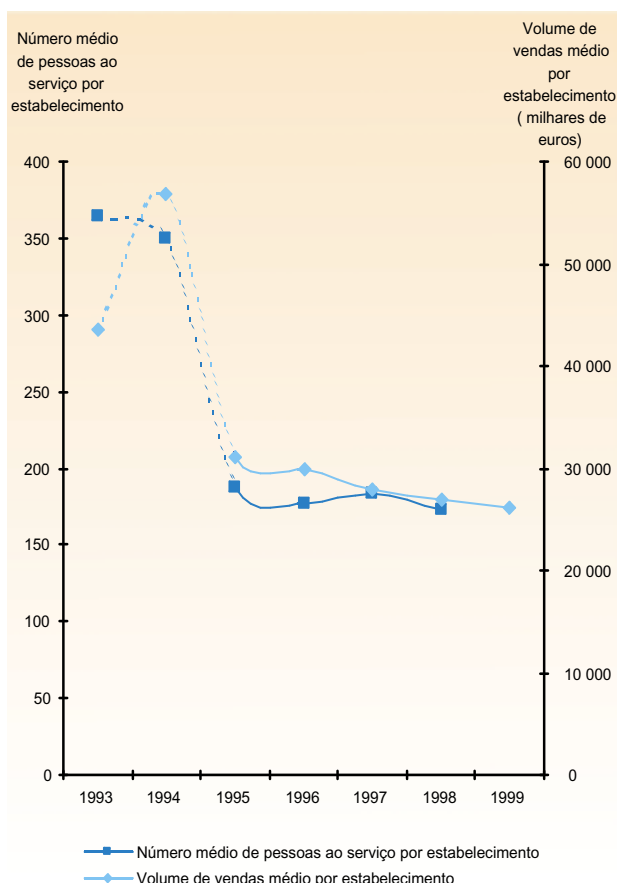
Nota: Considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os doze meses de cada ano

Entre 1995 e 1999, o número médio de transacções efectuadas e o gasto médio por cliente das GSRA do Centro decresceram. Com efeito, o número médio de transacções efectuadas por estabelecimento era de 998,9 milhares em 1999, menos 13,7% do que 1995. Por sua vez, o gasto médio por cliente atingia os 26,2 euros em 1999, menos 4,4% do que em 1995.

O número médio de pessoas ao serviço por estabelecimento da região Centro era de 187 em 1995, decrescendo para 172 em 1998. Por sua vez, o volume de vendas médio por GSRA estabelecida na região atingiu os 26,2 milhões de euros em 1999, menos 15,8%.

Gráfico 1.2.1.2.4

Número médio de pessoas ao serviço e volume de vendas médio por estabelecimento

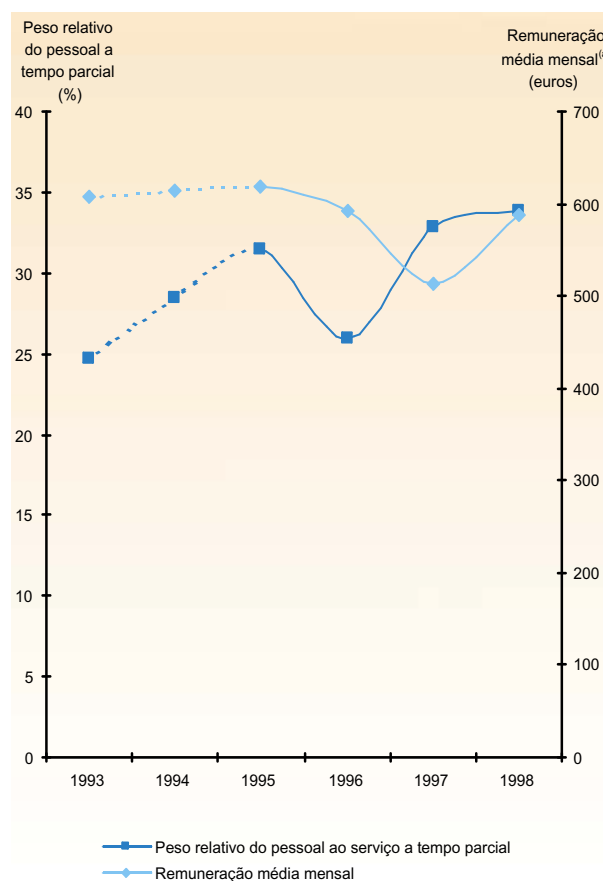


Nota: Considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os doze meses de cada ano

Relativamente a 1995, o número de pessoas ao serviço em regime de tempo parcial nas GSRA da região Centro ganhou alguma expressão em 1998, atingindo os 33,9% do total do pessoal ao serviço nestas unidades. A remuneração média mensal das GSRA atingiu o seu valor máximo em 1995, quando assumia o valor de 618 euros, decrescendo 17,0% até 1997, e em 1998 observou-se uma subida de 14,6%.

Gráfico 1.2.1.2.5

Peso relativo do pessoal a tempo parcial e remuneração média mensal

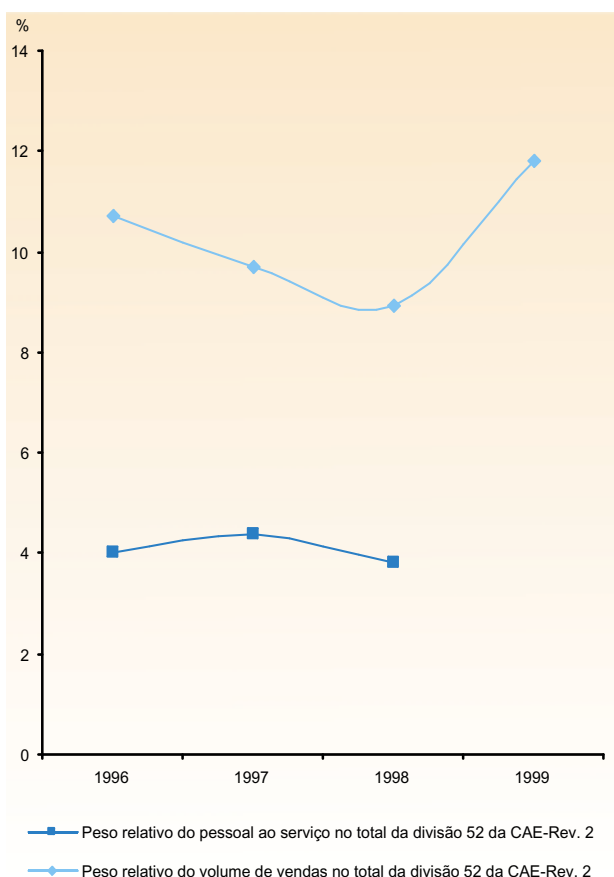


(a) Considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os doze meses de cada ano

Em 1996, as GSRA da região Centro empregavam 4,0% do total de pessoas ao serviço de empresas da divisão 52 da CAE-Rev. 2 estabelecidas na região e eram responsáveis por 10,7% do total do volume de vendas desta mesma divisão. Em 1998, deu-se uma ligeira queda do peso relativo do pessoal ao serviço, ficando-se pelos 3,8%, assim como do volume de vendas, que não foi além dos 8,9%. No entanto, em 1999, o volume de vendas a retalho das GSRA do Centro tornou-se mais significativo, atingindo os 11,8% do total do volume de vendas da divisão 52 da CAE-Rev. 2.

Gráfico 1.2.1.2.6

Peso relativo do pessoal ao serviço e do volume de vendas na divisão 52 da CAE-Rev. 2



A venda de produtos alimentares, bebidas e tabaco nas GSRA da região Centro deu origem a 57,7% do total do volume de vendas a retalho nestas unidades em 1995, perdendo alguma expressão em 1996, tendo ficado pelos 54,4%. Até 1998, houve alguma recuperação, sendo que o volume de vendas a retalho destes bens nos estabelecimentos da região Centro representava 56,4% do total realizado nos mesmos. No entanto, em 1999, esta percentagem tornou-se menos expressiva, não indo além dos 55,3%.

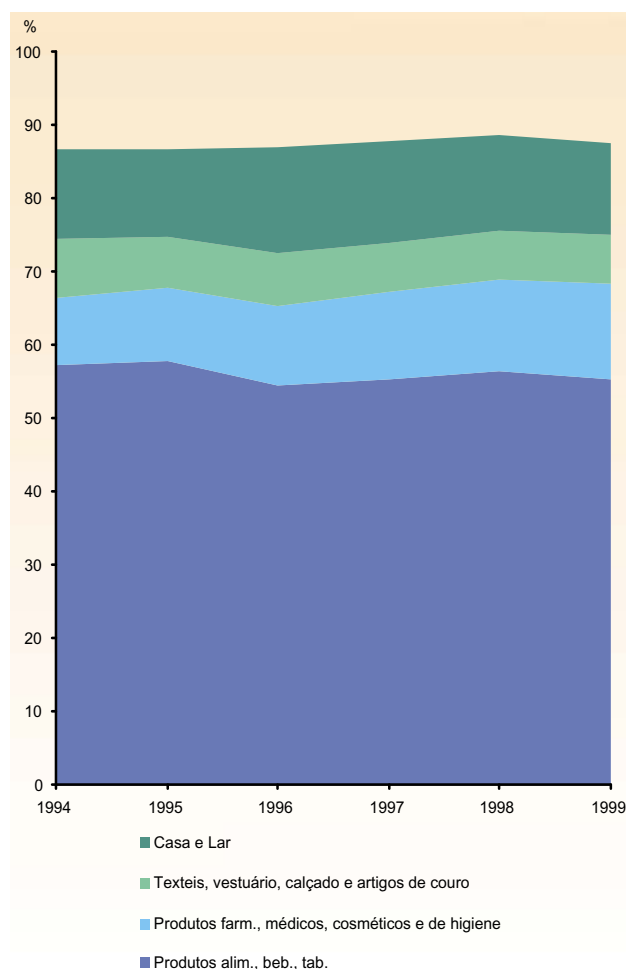
Os produtos farmacêuticos, médicos, cosméticos e de higiene ganharam maior importância em termos de volume de vendas gerado entre 1995 e 1999, sendo responsáveis por 10,2% do volume de vendas a retalho das GSRA do Centro em 1995, passando para 13,2% em 1999.

No que respeita a bens de vestuário, calçado e artigos de couro, o peso relativo do volume de vendas a retalho gerado por estes bens oscilou entre os 6,5% e os 7,1 % entre 1995 e 1999, sendo que no último ano em análise não foi além dos 6,6%.

Por sua vez, os bens destinados à casa e ao lar deram origem a 11,8% do total do volume de vendas a retalho das GSRA da região Centro, em 1995. Esta percentagem atingiu o máximo em 1996, 14,5%, ano a partir do qual se verificou um decréscimo deste indicador para 12,4% em 1999.

Gráfico 1.2.1.2.7

Distribuição do volume de vendas a retalho, segundo o tipo de produtos comercializados



Quadros dos principais resultados

Quadro 1.2.1.2.1 Principais variáveis

Variável	Unidade	1993 ^{a)}	1994 ^{a)}	1995	1996	1997	1998	1999
Nº de GSRA	nº	5	6	12	12	14	14	16
Área de exposição e venda total	m²	X	X	X	X	50 158	50 588	64 663
Número de pessoas ao serviço	nº	1 822	1 928	2 133	2 125	2 430	2 412	X
Volume de vendas a retalho	milhares de euros	217 473	292 338	343 287	359 470	367 715	377 675	387 426
Total de remunerações pagas	milhares de euros	12 080	15 750	17 988	17 689	17 357	19 858	X
Número de transacções efectuadas	nº	7 453 983	10 461 998	12 544 519	12 952 721	13 445 301	14 049 831	14 693 994

Quadro 1.2.1.2.2 Principais indicadores

Principais indicadores	Unidade	1993 ^{a)}	1994 ^{a)}	1995	1996	1997	1998	1999
Nº de residentes por m ² de área de exposição e venda	nº	X	X	X	X	34	34	27
Nº médio de pessoas ao serviço por estabelecimento ^(b)	nº	364	350	187	177	184	172	X
Peso relativo do pessoal ao serviço a tempo parcial	%	24,8	28,4	31,4	25,9	32,8	33,9	X
Volume de vendas a retalho por pessoa ao serviço ^(b)	milhares de euros	119,4	162,6	166,4	169,2	152,2	156,6	X
Volume de vendas médio por estabelecimento ^(b)	milhares de euros	43 495	56 911	31 110	29 956	27 987	26 977	26 206
Volume de vendas a retalho por m ² de área de exposição e venda ^(b)	euros	X	X	X	X	7 424,4	7 465,7	7 327,7
Remuneração média mensal ^(b)	euros	608,0	613,5	618,5	593,6	513,8	588,6	X
Número médio de transações por estabelecimento ^(b)	nº	1 490 797	2 005 621	1 135 736	1 079 393	1 015 653	1 003 559	998 847
Gasto médio por cliente ^(b)	euros	29,2	28,4	27,4	27,8	27,6	26,9	26,2
Peso relativo do pessoal ao serviço no total da rubrica 52 da CAE - Rev. 2	%	X	X	X	4,0	4,4	3,8	X
Peso relativo do volume de vendas no total da rubrica 52 da CAE - Rev. 2	%	X	X	X	10,7	9,7	8,9	11,8

^(a) Em 1993 e em 1994, os estabelecimentos com área de exposição e venda inferior a 2 000 m² não eram considerados grandes superfícies

^(b) Estes números foram obtidos considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os 12 meses de cada ano, excepto no caso de 1993

Quadro 1.2.1.2.3 Volume de vendas a retalho nas GSRA, segundo o tipo de produtos

Tipo de produtos							
	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Produtos alim., beb., tab.	X	57,3	57,7	54,4	55,2	56,4	55,3
Produtos farm., médicos, cosméticos e de higiene	X	9,1	10,2	11,0	12,0	12,6	13,2
Texteis, vestuário, calçado e artigos de couro	X	8,1	6,9	7,1	6,8	6,5	6,6
Casa e Lar	X	12,3	11,8	14,5	13,7	13,1	12,4
Outros	X	13,2	13,5	13,1	12,3	11,4	12,6

Quadro 1.2.1.2.4 Número de estabelecimentos segundo o escalão de superfície de exposição e venda

Escalão de superfície							
	1993 ^{a)}	1994 ^{a)}	1995	1996	1997	1998	1999
Centro	5	6	12	12	14	14	16
1000 a 1999 m ²	X	X	5	5	7	7	7
2000 a 2499 m ²	-	...	3 ^{b)}	3 ^{b)}	3 ^{b)}	3 ^{b)}	3 ^{b)}
2500 a 3999 m ²	...	...					
4000 a 7999 m ²	...	...	4 ^{b)}	4 ^{b)}	4 ^{b)}	4 ^{b)}	6 ^{b)}
8000 m ² e mais	...	...					

^{a)} Em 1993 e em 1994, os estabelecimentos com área de exposição e venda inferior a 2 000 m² não eram considerados grandes superfícies

^{b)} Dados agrupados por razões de segredo estatístico

1.2.1.3 Região de Lisboa e Vale do Tejo

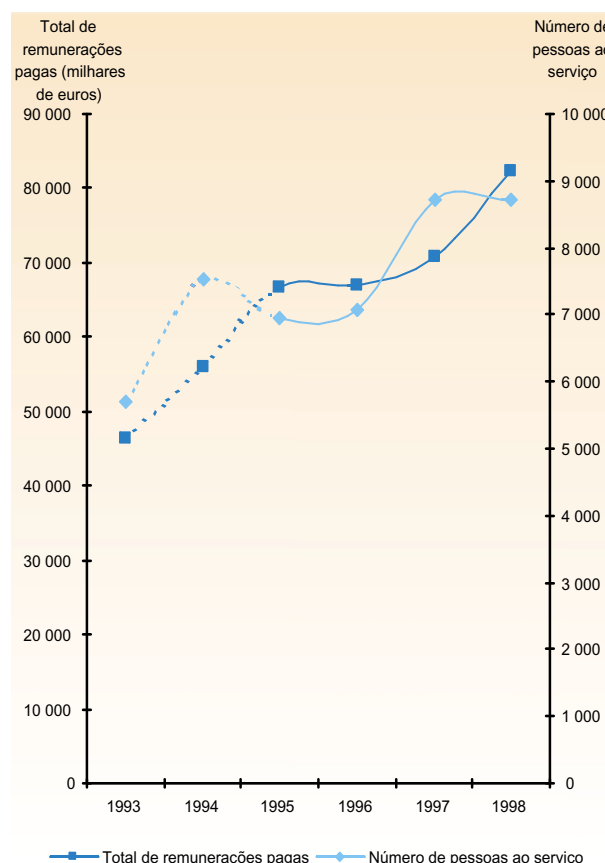
A região de Lisboa e Vale do Tejo era aquela que concentrava maior número de GSRA em 1995, dispondo de 28 unidades, das quais, 32,1% tinham área de exposição e venda entre 1 000 e 1 999 m² e 25,0% dispunham de 8 000 m² ou mais. Contudo, até 1999, o número de estabelecimentos do primeiro escalão decresceu de 9 para 7, enquanto os do último contavam mais 3 do que em 1995. Por sua vez, o número de estabelecimentos com área de exposição e venda entre 2 000 e 2 499 m² duplicou entre 1995 e 1999, atingindo no último ano em análise as 8 unidades.

Os 32 estabelecimentos existentes na região de Lisboa e Vale do Tejo em 1997, dispunham de uma área de exposição e venda total de 144 460 m². Já em 1999, esta área atingiu os 171 467 m² (+18,7%), distribuída pelos 34 estabelecimentos existentes na região.

O número de residentes por m² de área de exposição e venda, em 1997, atingia os 23 indivíduos e, em 1999, esta densidade era já menor, não passando dos 20 habitantes por m², resultado, em parte, do aumento da área de exposição e venda.

Em 1995, as GSRA estabelecidas na região de Lisboa e Vale do Tejo tinham ao serviço 6 941 pessoas, número que aumentou 25,6% até 1998. Ao total de 6 941 pessoas ao serviço em 1995, correspondia um total de remunerações pagas de 66 584 milhares de euros, valor que atingiu os 82 301 milhares de euros em 1998 (+23,6%).

Gráfico 1.2.1.3.1 Pessoal ao serviço e remunerações pagas



Os 37,5 milhões de transacções realizadas nas GSRA da região de Lisboa e Vale do Tejo deram origem a 1 224,0 milhões de euros de volume de vendas a retalho em 1995. O número de transacções efectuadas nestes estabelecimentos cresceu entre 1995 e 1999, sendo que de 1998 para 1999, se registou o acréscimo mais significativo (19,6%). As transacções levadas a cabo no último ano da análise deram origem a um volume de vendas a retalho de 1 399,8 milhões de euros. Por seu lado, o volume de vendas a retalho por m² de área de exposição e venda atingiu os 10 333 euros em 1997 e decresceu nos anos seguintes, sendo que em 1999 se registou uma redução de 17,9%.

Gráfico 1.2.1.3.2

Número de transacções efectuadas e volume de vendas a retalho

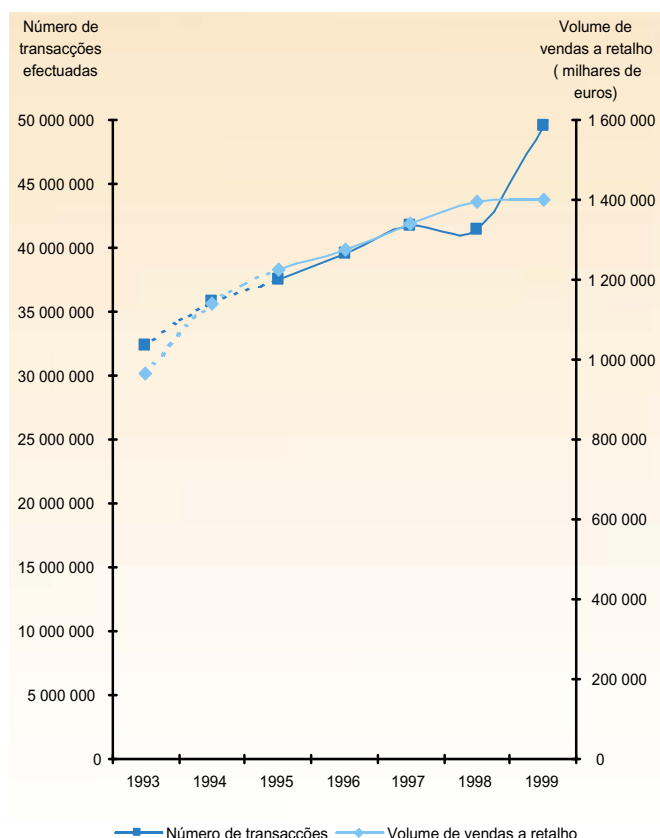
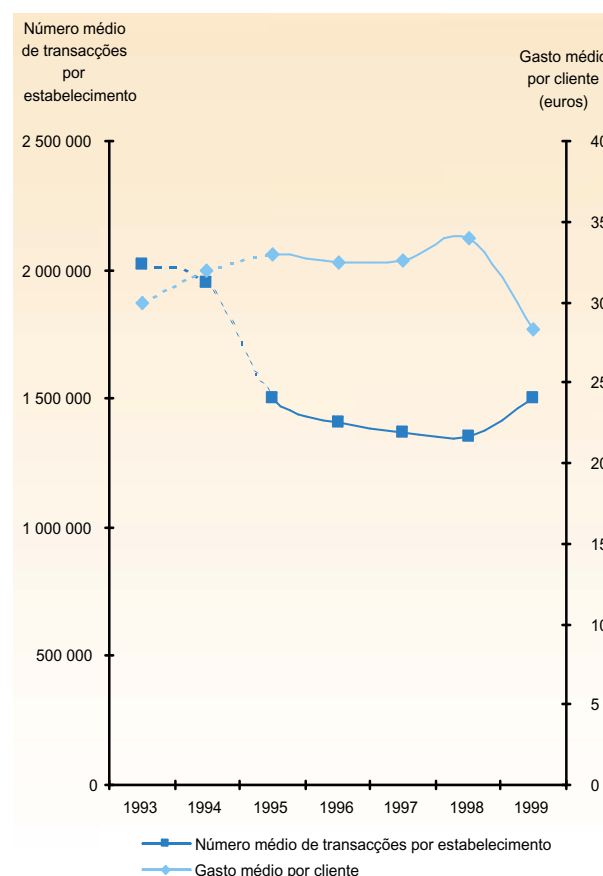


Gráfico 1.2.1.3.3

Número médio de transacções e gasto médio por cliente



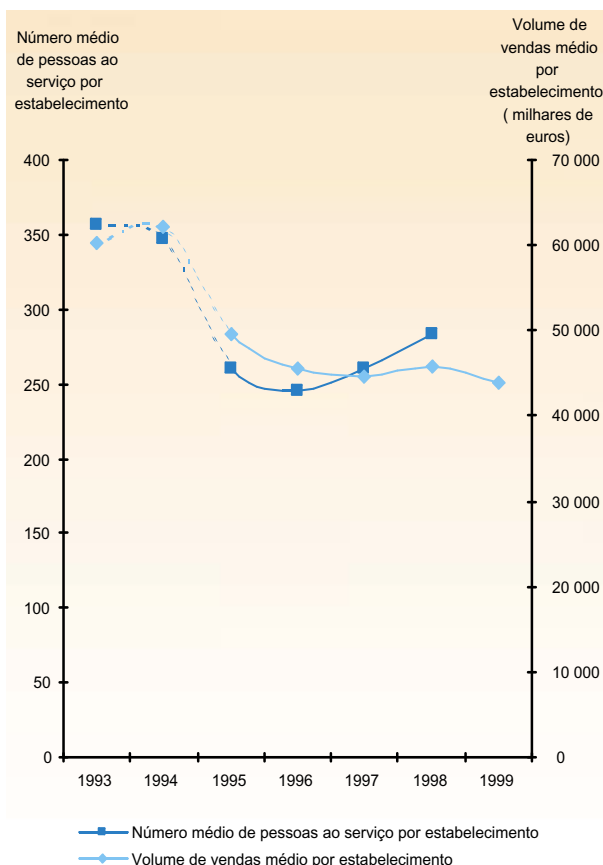
Nota: Considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os doze meses de cada ano

O número médio de transacções efectuadas por estabelecimento da região de Lisboa e Vale do Tejo atingia os 1,5 milhões em 1995, tendo-se registado um decréscimo de 10,2% até 1998. Em 1999, este indicador mostrou alguma recuperação, subindo cerca de 11,1%. O gasto médio por cliente, em 1995, era de 33 euros, tendo decrescido para 28,3 euros em 1999, depois de atingir o valor máximo de 34 euros em 1998.

Em 1995, cada GSRA estabelecida na região de Lisboa e Vale do Tejo contava, em média, com 260 pessoas ao serviço. Em 1996, este número decresceu, resultado, em parte, do aumento do número de estabelecimentos de menor superfície de exposição e venda. Em 1998, a média de pessoas em exercício de funções nas GSRA da região atingia as 284. Por sua vez, o volume de vendas médio a retalho por estabelecimento era de 49,6 milhões de euros em 1995, decrescendo cerca de 10,3% até 1997, mas recuperando ligeiramente no ano seguinte (+3,1%). Em 1999, este indicador voltou a registar uma queda, atingindo apenas os 43,9 milhões de euros (-4,4%).

Gráfico 1.2.1.3.4

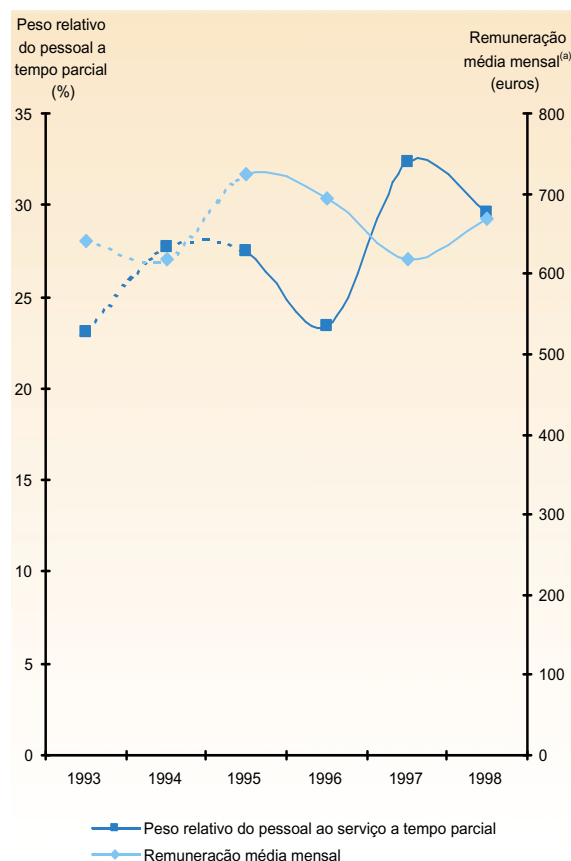
Número de pessoas ao serviço e volume de vendas por estabelecimento



Nota: Considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os doze meses de cada ano

Gráfico 1.2.1.3.5

Peso relativo do pessoal a tempo parcial e remuneração média mensal



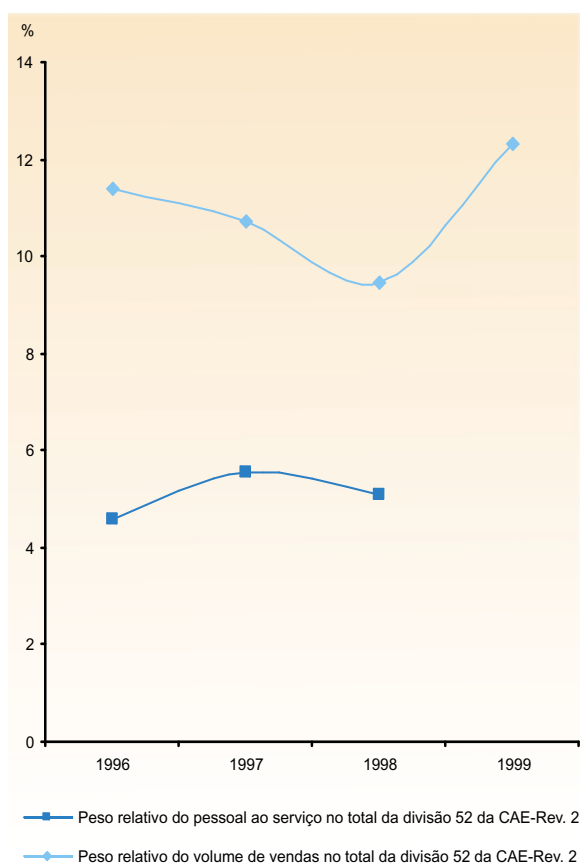
Nota: Considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os doze meses de cada ano

Em 1995, 27,5% do pessoal ao serviço de GSRA em exercício de actividade na região de Lisboa e Vale do Tejo tinha contrato a tempo parcial. Esta percentagem tornou-se menos expressiva no ano seguinte, ficando-se pelos 23,4%. Já em 1997, este indicador atingiu um máximo de 32,3% e em 1998 não foi além dos 29,6%. Por sua vez, a remuneração média mensal auferida nas GSRA da região era de 723 euros em 1995 e atingiu o valor mínimo em 1997, 619 euros (-14,4%), tendo sido observada uma recuperação em 1998 de 7,9%.

Em 1996, na região de Lisboa e Vale do Tejo, 4,6% do pessoal ao serviço de empresas da divisão 52 da CAE-Rev. 2 estava afecto a GSRA, e o volume de vendas gerado por estes estabelecimentos correspondia a 11,4% do total da mesma rubrica. Já em 1999, o peso relativo do pessoal ao serviço de GSRA no total da divisão 52 atingia os 5,7%, enquanto o volume de vendas alcançava os 12,3%, demonstrando, nesta região, o aumento da importância relativa das GSRA no total do Comércio a retalho.

Gráfico 1.2.1.3.6

Peso relativo do pessoal ao serviço e do volume de vendas na divisão 52 da CAE-Rev. 2



Entre 1995 e 1999, a comercialização de produtos alimentares, bebidas e tabaco nas GSRA da região perdeu alguma expressão em termos de volume de vendas a retalho. Com efeito, em 1995, a venda deste tipo de bens era responsável por 56,5% do total do volume de vendas nestes estabelecimentos e desceu para 54,1% em 1998, sem alteração em 1999.

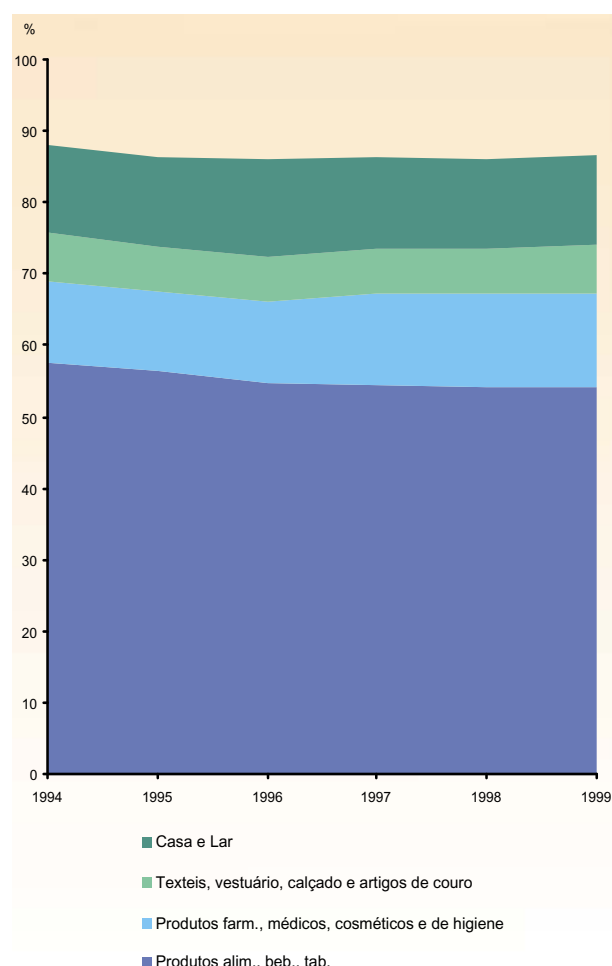
A venda de produtos farmacêuticos, médicos, cosméticos e de higiene deu origem a 11,2% do total do volume de vendas a retalho nas GSRA da região de Lisboa e Vale do Tejo em 1995, tendo aumentado até 1999, quando atingiu os 13,1%, evidenciando a crescente importância da comercialização deste tipo de bens nas GSRA da região, tal como acontecia nas regiões Norte e Centro.

Os produtos têxteis, de vestuário, calçado e artigos de couro eram responsáveis por 6,0% do total do volume de vendas a retalho gerado nas GSRA da região em 1995. Já em 1999, estes bens deram origem a 6,7% do total do volume de vendas a retalho destes estabelecimentos.

Por sua vez, os produtos para a casa e para o lar deram origem a 12,6% do volume de vendas a retalho das GSRA em 1995 e, em 1999, esta percentagem manteve-se quase inalterada, não indo além dos 12,7%, depois de ter atingido um máximo de 13,8% em 1996.

Gráfico 1.2.1.3.7

Distribuição do volume de vendas a retalho, segundo o tipo de produtos comercializados



Quadros dos principais resultados

Quadro 1.2.1.3.1

Principais variáveis

Variável	Unidade	1993 ^{a)}	1994 ^{a)}	1995	1996	1997	1998	1999
Nº de GSRA	nº	16	22	28	30	32	31	34
Área de exposição e venda total	m ²	X	X	X	X	144 460	154 211	171 467
Número de pessoas ao serviço	nº	5 701	7 533	6 941	7 070	8 731	8 720	X
Volume de vendas a retalho	milhares de euros	964 059	1 137 597	1 224 010	1 276 540	1 341 212	1 397 497	1 399 805
Total de remunerações pagas	milhares de euros	46 301	55 983	66 584	67 012	70 817	82 301	X
Número de transacções efectuadas	nº	32 279 056	35 756 334	37 529 277	39 484 371	41 680 693	41 353 109	49 457 516

Quadro 1.2.1.3.2

Principais indicadores

Principais indicadores	Unidade	1993 ^{a)}	1994 ^{a)}	1995	1996	1997	1998	1999
Nº de residentes por m ² de área de exposição e venda	nº	X	X	X	X	23	22	20
Nº médio de pessoas ao serviço por estabelecimento ^(b)	nº	356	347	260	246	260	284	X
Peso relativo do pessoal ao serviço a tempo parcial	%	23,1	27,7	27,5	23,4	32,3	29,6	X
Volume de vendas a retalho por pessoa ao serviço ^(b)	milhares de euros	169,1	184,9	190,5	185,1	171,0	161,8	X
Volume de vendas médio por estabelecimento ^(b)	milhares de euros	60 254	62 131	49 609	45 489	44 502	45 874	43 858
Volume de vendas a retalho por m ² de área de exposição e venda ^(b)	euros	X	X	X	X	10 332,8	9 373,1	8 478,7
Remuneração média mensal ^(b)	euros	642,0	618,5	723,3	693,3	618,5	668,4	X
Número médio de transacções por estabelecimento ^(b)	nº	2 017 441	1 953 536	1 504 616	1 403 731	1 365 443	1 350 525	1 499 880
Gasto médio por cliente ^(b)	euros	30,0	32,0	33,0	32,4	32,6	34,0	28,3
Peso relativo do pessoal ao serviço no total da rubrica 52 da CAE - Rev. 2	%	X	X	X	4,6	5,6	5,1	X
Peso relativo do volume de vendas no total da rubrica 52 da CAE - Rev. 2	%	X	X	X	11,4	10,7	9,5	12,3

^(a) Em 1993 e em 1994, os estabelecimentos com área de exposição e venda inferior a 2 000 m² não eram considerados grandes superfícies

^(b) Estes números foram obtidos considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os 12 meses de cada ano, excepto no caso de 1993

Quadro 1.2.1.3.3 Volume de vendas a retalho nas GSRA, segundo o tipo de produtos

								%
Tipo de produtos	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	
Produtos alim., beb., tab.	X	57,7	56,5	54,7	54,4	54,1	54,1	
Produtos farm., médicos, cosméticos e de higiene	X	11,3	11,2	11,4	12,8	13,0	13,1	
Texteis, vestuário, calçado e artigos de couro	X	6,9	6,0	6,1	6,2	6,3	6,7	
Casa e Lar	X	12,0	12,6	13,8	13,1	12,8	12,7	
Outros	X	12,1	13,7	13,9	13,6	13,9	13,4	

Quadro 1.2.1.3.4 Número de estabelecimentos segundo o escalão de superfície de exposição e venda

								Unidade: N°
Escalão de superfície	1993 ^{a)}	1994 ^{a)}	1995	1996	1997	1998	1999	
Lisboa e Vale do Tejo	16	22	28	30	32	31	34	
1000 a 1999 m ²	X	X	9	10	9	7	7	
2000 a 2499 m ²	7	10	4	5	7	7	8	
2500 a 3999 m ²	9 ^{b)}		5	5	5	5	5	
4000 a 7999 m ²			3	3	3	3	4	
8000 m ² e mais			6	7	8	9	10	

^{a)} Em 1993 e em 1994, os estabelecimentos com área de exposição e venda inferior a 2 000 m² não eram considerados grandes superfícies

^{b)} Dados agrupados por razões de segredo estatístico

1.2.1.4 Região Alentejo

Em 1995, existiam na região do Alentejo 8 GSRA, número que aumentou para 9 no ano seguinte, e em 1999 voltou às 8 unidades. Na região, não existiam, nos anos em análise, estabelecimentos com área igual ou superior a 4 000 m². Os 9 estabelecimentos existentes em 1997 na região dispunham de uma área total de 17 459 m², verificando-se um decréscimo de 6,8% até 1999, resultado da respectiva diminuição do número de estabelecimentos.

Em 1995, as GSRA do Alentejo dispunham de um total de 665 pessoas ao serviço, ao qual correspondia um total de remunerações pagas de 4,0 milhões de euros. Até 1998, o número de pessoas ao serviço cresceu 18,2%. Por seu lado, o total das remunerações aumentou 41,0% até 1998.

Gráfico 1.2.1.4.1 Pessoal ao serviço e remunerações pagas

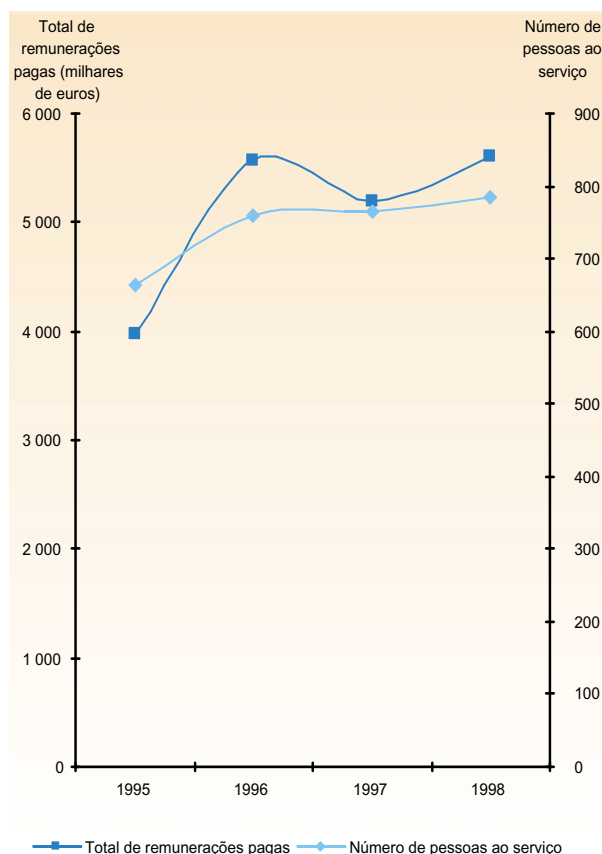
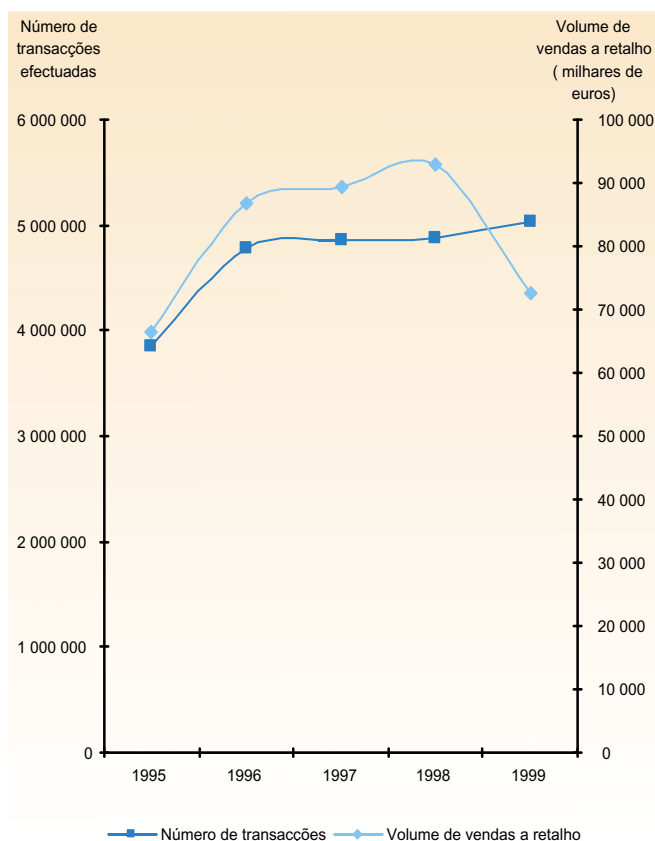


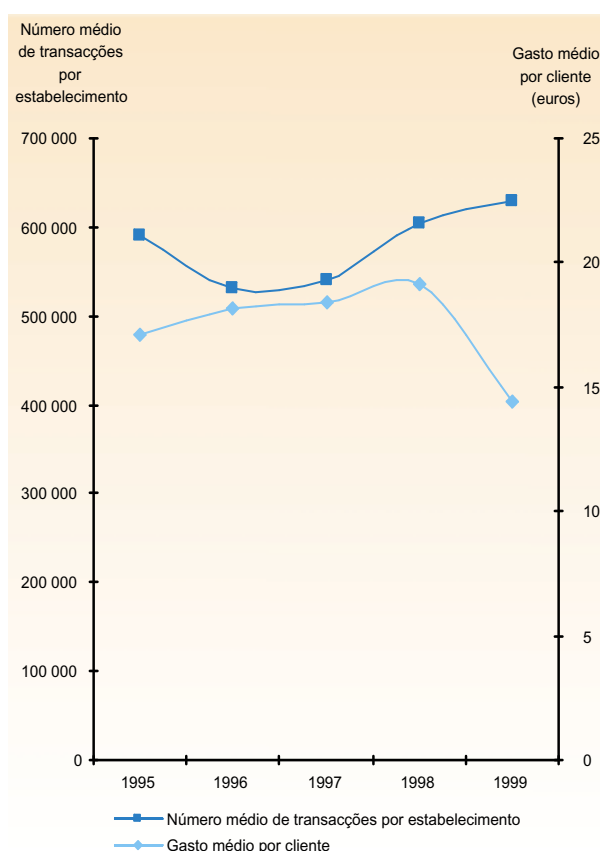
Gráfico 1.2.1.4.2 Número de transacções efectuadas e volume de vendas a retalho



Em média, foram efectuados 591,0 milhares de transacções por estabelecimento em 1995, com um gasto médio de 17,1 euros por cliente. O número médio de transacções realizadas foi aumentando ao longo dos anos e, em 1999, atingia já os 629,4 milhares (+6,5%). Por sua vez, o gasto médio por cliente cresceu até aos 19,1 euros em 1998 e no ano seguinte, sofreu uma queda de 24,6% para 14,4 euros.

Gráfico 1.2.1.4.3

Número médio de transacções e gasto médio por cliente

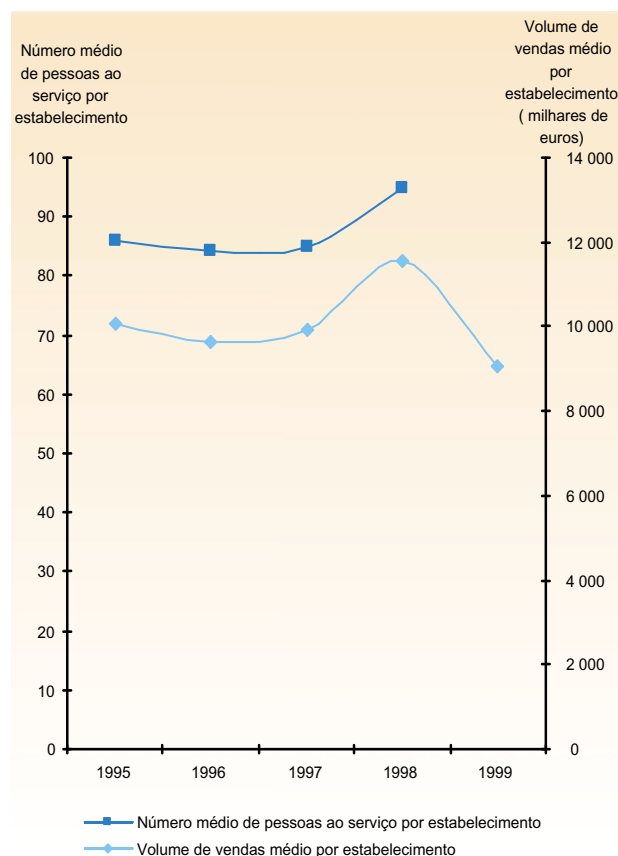


Nota: Considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os doze meses de cada ano

O volume de vendas médio por GSRA, na região do Alentejo, atingiu os 10,1 milhões de euros em 1995, tendo decrescido cerca de 4,4% em 1996, recuperando nos anos seguintes, tendo atingido, em 1998, atingiu os 11,6 milhões de euros. Por sua vez, o número médio de pessoas ao serviço era de 86 em 1995 e somente em 1998 se deu uma alteração significativa deste número, com um aumento de 11,8%.

Gráfico 1.2.1.4.4

Número médio de pessoas ao serviço e volume de vendas médio por estabelecimento

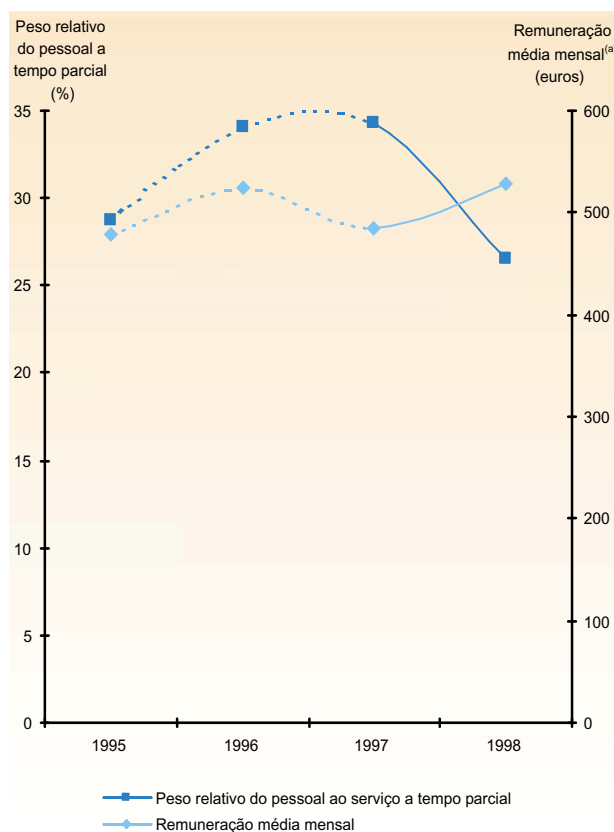


Nota: Considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os doze meses de cada ano

Em 1995, o pessoal ao serviço a tempo parcial correspondia a 28,7% do total do pessoal ao serviço na região, em GSRA. Já em 1996, esta percentagem atingiu os 34,0%, mas em 1998, diminuiu para 26,6%. Por seu lado, a remuneração média mensal era de 479 euros em 1995, e foi oscilando até 1998, quando atingiu os 529 euros.

Gráfico 1.2.1.4.5

Peso relativo do pessoal a tempo parcial e remuneração média mensal

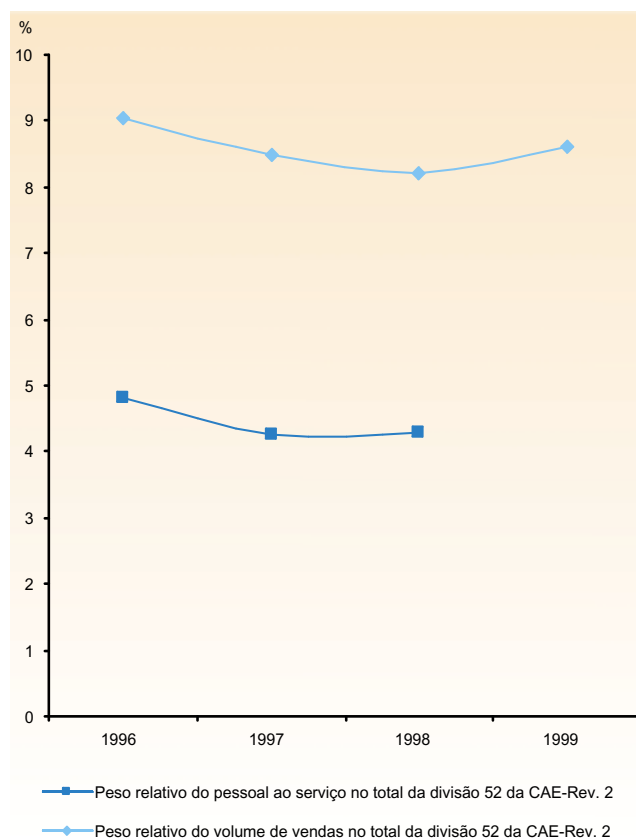


Nota: Considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os doze meses de cada ano

Na região do Alentejo, e ao contrário do que aconteceu com as regiões do Norte, Centro e Lisboa e Vale do Tejo, o peso relativo do pessoal ao serviço e do volume de vendas a retalho das GSRA no total da divisão 52 da CAE-Rev. 2, decresceu desde 1996. Nesse ano, 4,8% do pessoal ao serviço de empresas desta divisão exercia funções em GSRA da região, percentagem que decresceu para 4,3% em 1999. No que respeita o volume de vendas a retalho das GSRA, este representava, em 1995, 9,0% do total da já referida divisão e, em 1999, apenas contribuía com 8,6%.

Gráfico 1.2.1.4.6

Peso relativo do pessoal ao serviço e do volume de vendas na divisão 52 da CAE-Rev. 2



O volume de vendas a retalho gerado com a venda de produtos alimentares, bebidas e tabaco manteve-se acima dos 60,0% do total entre 1995 e 1999, evidenciando uma maior importância deste tipo bens na região. Em 1995, a comercialização deste tipo de produtos deu origem a 68,4% do total do volume de vendas realizado nestes estabelecimentos. No entanto, o peso relativo destes bens, em termos de volume de vendas, decresceu até 1999, não indo além dos 63,7%.

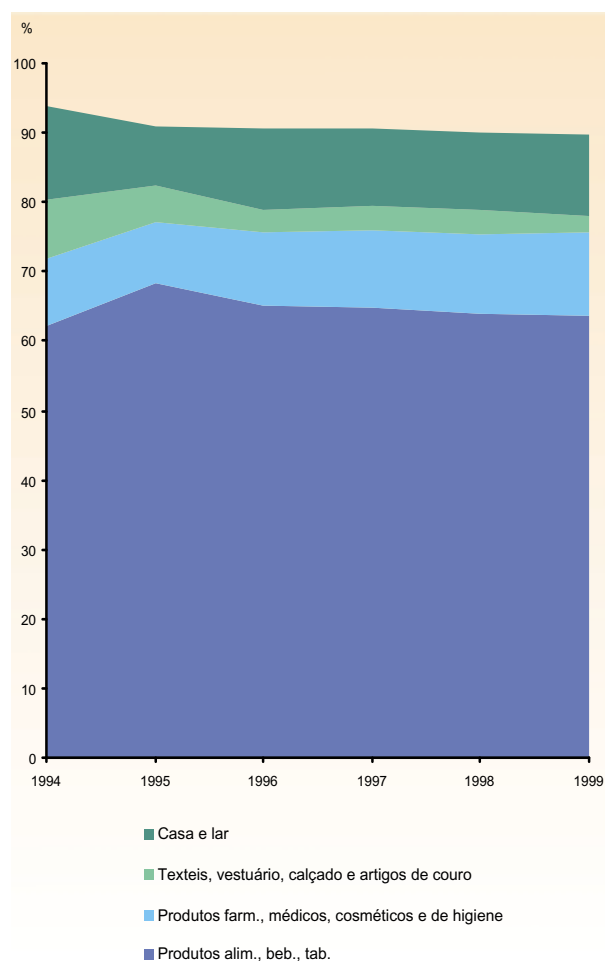
Tal como aconteceu nas outras regiões, também no Alentejo, a venda de produtos farmacêuticos, médicos, cosméticos e de higiene, gerou um volume de vendas que veio a ganhar expressão ao longo dos anos. Com efeito, o peso relativo do volume de vendas deste tipo de bens nas GSRA do Alentejo aumentou de 8,8%, em 1995, para 11,9% em 1999.

No que respeita à comercialização de têxteis, vestuário, calçado e artigos de couro, o volume de negócios gerado correspondia a 5,2% do total das GSRA, em 1995. No entanto, observou-se um decréscimo significativo até 1999, quando se ficou pelos 2,4% do total.

Tal como aconteceu nas regiões anteriormente analisadas, o volume de vendas a retalho de bens para a casa e para o lar ganhou alguma expressão no total, sendo que em 1995 atingiu os 8,6%, e aumentou para 11,6% em 1999.

Gráfico 1.2.1.4.7

Distribuição do volume de vendas a retalho, segundo o tipo de produtos comercializados



Quadros dos principais resultados

Quadro 1.2.1.4.1

Principais variáveis

Variável	Unidade	1993 ^{a)}	1994 ^{a)}	1995	1996	1997	1998	1999
Nº de GSRA	nº	...	...	8	9	9	9	8
Área de exposição e venda total	m ²	X	X	X	X	17 459	17 459	16 272
Número de pessoas ao serviço	nº	...	...	665	758	764	786	X
Volume de vendas a retalho	milhares de euros	...	...	66 566	86 798	89 366	92 969	72 664
Total de remunerações pagas	milhares de euros	...	...	3 983	5 578	5 195	5 614	X
Número de transacções efectuadas	nº	...	...	3 850 649	4 776 938	4 859 275	4 883 994	5 035 059

Quadro 1.2.1.4.2

Principais indicadores

Principais indicadores	Unidade	1993 ^{a)}	1994 ^{a)}	1995	1996	1997	1998	1999
Nº de residentes por m ² de área de exposição e venda	nº	X	X	X	X	29	29	32
Nº médio de pessoas ao serviço por estabelecimento ^(b)	nº	...	...	86	84	85	95	X
Peso relativo do pessoal ao serviço a tempo parcial	%	...	...	28,7	34,0	34,3	26,6	X
Volume de vendas a retalho por pessoa ao serviço ^(b)	milhares de euros	...	...	117,5	114,5	117,0	121,8	X
Volume de vendas médio por estabelecimento ^(b)	milhares de euros	...	...	10 085	9 644	9 930	11 557	9 083
Volume de vendas a retalho por m ² de área de exposição e venda ^(b)	euros	X	X	X	X	5 118,6	6 052,6	4 465,6
Remuneração média mensal ^(b)	euros	...	...	478,8	523,7	483,8	528,7	X
Número médio de transacções por estabelecimento ^(b)	nº	...	...	591 007	530 771	539 919	604 280	629 382
Gasto médio por cliente ^(b)	euros	...	...	17,1	18,2	18,4	19,1	14,4
Peso relativo do pessoal ao serviço no total da rubrica 52 da CAE - Rev. 2	%	X	X	X	4,8	4,3	4,3	X
Peso relativo do volume de vendas no total da rubrica 52 da CAE - Rev. 2	%	X	X	X	9,0	8,5	8,2	8,6

^(a) Em 1993 e em 1994, os estabelecimentos com área de exposição e venda inferior a 2 000 m² não eram considerados grandes superfícies

^(b) Estes números foram obtidos considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os 12 meses de cada ano, excepto no caso de 1993

Quadro 1.2.1.4.3 Volume de vendas a retalho nas GSRA, segundo o tipo de produtos

								%
Tipo de produtos	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	
Produtos alim., beb., tab.	X	62,3	68,4	65,1	64,9	64,1	63,7	
Produtos farm., médicos, cosméticos e de higiene	X	9,5	8,8	10,4	11,2	11,4	11,9	
Texteis, vestuário, calçado e artigos de couro	X	8,4	5,2	3,4	3,5	3,5	2,4	
Casa e lar	X	13,6	8,6	11,8	11,1	11,2	11,6	
Outros	X	6,2	9,0	9,3	9,4	9,8	10,3	

Quadro 1.2.1.4.4 Número de estabelecimentos segundo o escalão de superfície de exposição e venda

								Unidade: N°
Escalão de superfície	1993 ^{a)}	1994 ^{a)}	1995	1996	1997	1998	1999	
Alentejo	...	...	8	9	9	9	8	
1000 a 1999 m ²	X	X	4	5	4	4	4	
2000 a 2499 m ²	...	...	4 ^{b)}	4 ^{b)}	5 ^{b)}	5 ^{b)}	4 ^{b)}	
2500 a 3999 m ²	...	...	-	-	-	-	-	
4000 a 7999 m ²	-	-	-	-	-	-	-	
8000 m ² e mais	-	-	-	-	-	-	-	

^{a)} Em 1993 e em 1994, os estabelecimentos com área de exposição e venda inferior a 2 000 m² não eram considerados grandes superfícies

^{b)} Dados agrupados por razões de segredo estatístico

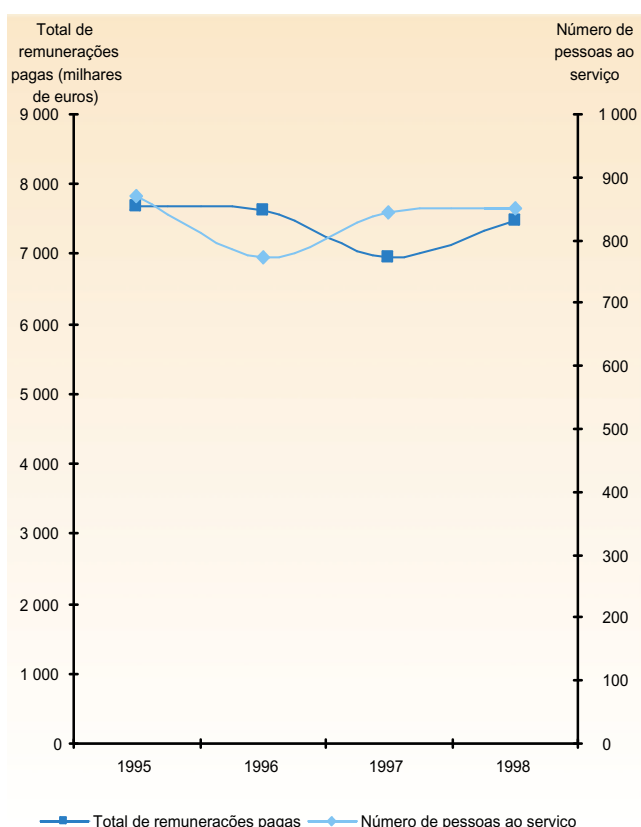
1.2.1.5 Região Algarve

Entre 1995 e 1999, o número de GSRA manteve-se nas 7 unidades, sem estabelecimentos com área de exposição e venda igual ou superior a 4 000 m². Em 1997, os 7 estabelecimentos existentes dispunham de um total de 15 886 m² de área de exposição. Já em 1999, a área de exposição e venda atingiu os 17 361 m², o que representa um crescimento de 9,3%.

O número de habitantes por m² de área de exposição e venda atingiu os 22 em 1997, passando para 21 em 1998 e voltando aos 22 em 1999.

Os 7 estabelecimentos existentes em 1995 na região dispunham de um total de 871 pessoas ao serviço, número que decresceu cerca de 11,1% em 1996. Em 1998, esta variável registou um crescimento de 9,8%, relativamente a 1996. Às 871 pessoas ao serviço em 1995, correspondia um total de remunerações pago de 7,7 milhões de euros, valor que desceu cerca de 9,6% em 1997, tendo-se, no entanto, registado um crescimento de 7,8% em 1998.

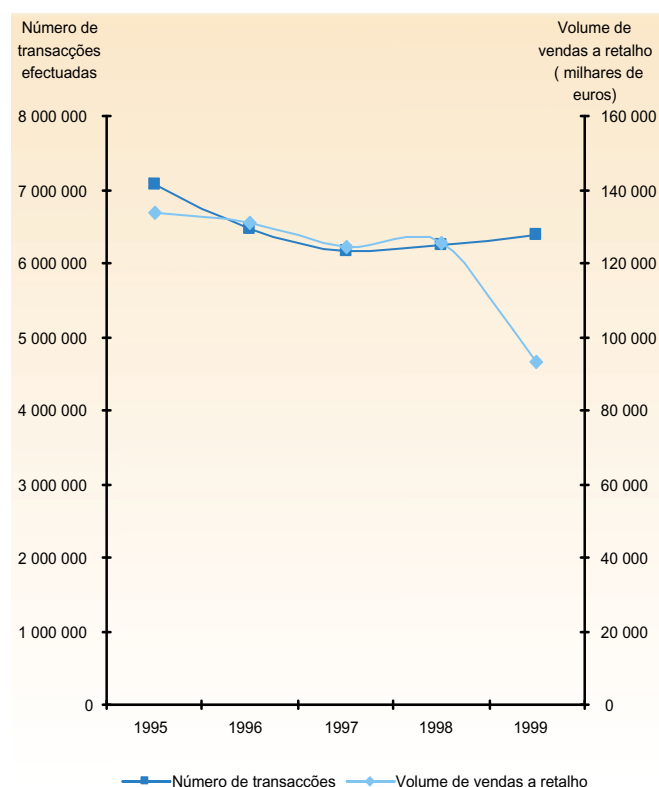
Gráfico 1.2.1.5.1 Pessoal ao serviço e remunerações pagas



Em 1995, foram efectuados 7,1 milhões de transacções nas GSRA da região do Algarve, que deram origem a um volume de vendas a retalho de 133,7 milhões de euros. Em 1997, o número de transacções realizadas decresceu cerca de 12,6%, dando origem a 124,6 milhões de euros de volume de vendas, menos 6,8% do que em 1995. Em 1998 observou-se uma ligeira recuperação de ambas as variáveis, com o volume de vendas a subir 0,8%, resultantes de 6,3 milhões de transacções (+1,2%). Já em 1999, apesar do crescimento de 2,2% do número de clientes, o volume de vendas a retalho decresceu para 93 035 milhares de euros, resultado da já referida reorganização do Comércio por parte de algumas cadeias que implantaram no mercado outros tipos de estabelecimentos especializados.

Gráfico 1.2.1.5.2

Número de transacções efectuadas e volume de vendas a retalho

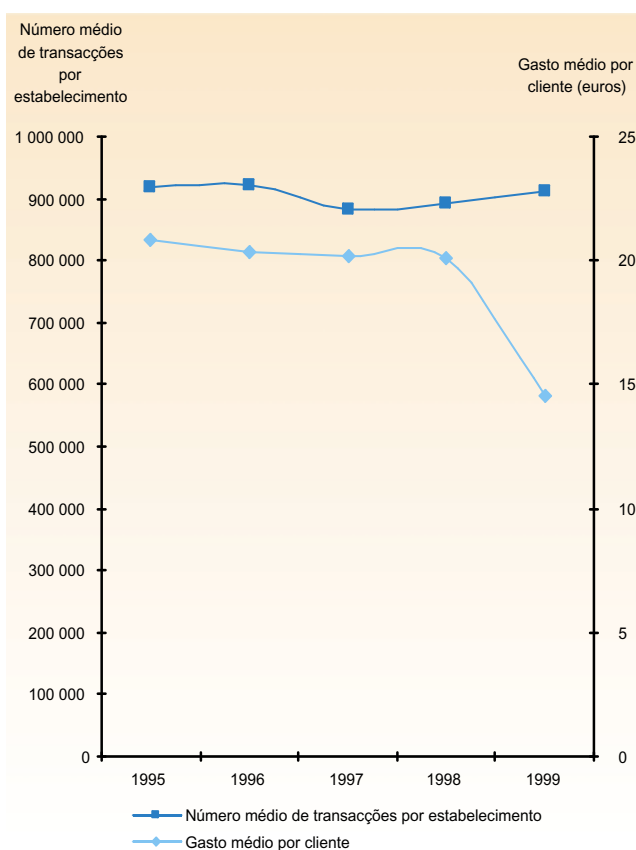


Em média, em 1995, foram realizados 917,8 milhares de transacções por estabelecimento, a um

gasto médio de 20,8 euros. Até 1997, o número médio de transacções realizadas diminuiu cerca de 3,9% e, nesse mesmo ano, o gasto médio por cliente era de 20,2 euros (-2,9%).

No entanto, até 1999, o número médio de transacções realizadas cresceu cerca de 3,4%. Contudo, o gasto médio por cliente sofreu uma queda acentuada em 1999, passando de 20,1 para 14,6 euros, resultado do decréscimo do total do volume de vendas a retalho.

Gráfico 1.2.1.5.3 Número médio de transacções e gasto médio por cliente

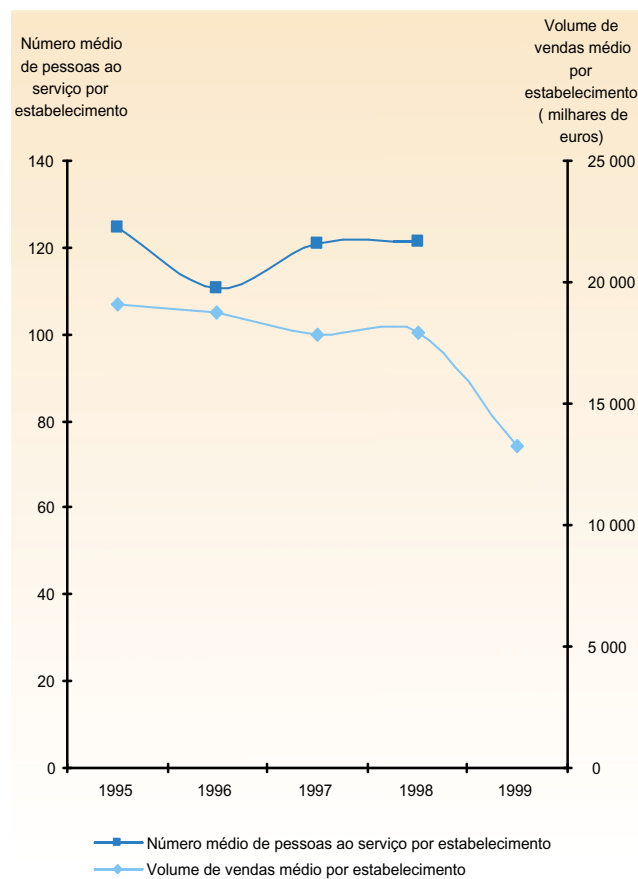


Nota: Considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os doze meses de cada ano

O número médio de pessoas ao serviço nas GSRA na região atingiu as 124 em 1995, sendo que no ano seguinte recuou para 111 (-10,5%). Contudo, nos dois anos seguintes, este indicador manteve-se nas 121 pessoas por estabelecimento. Por sua vez, o volume de vendas médio por estabelecimento era de

19,1 milhões de euros em 1995, registando-se um decréscimo de 6,0% até 1998, e de 30,8% em 1999.

Gráfico 1.2.1.5.4 Número médio de pessoas ao serviço e volume de vendas médio por estabelecimento

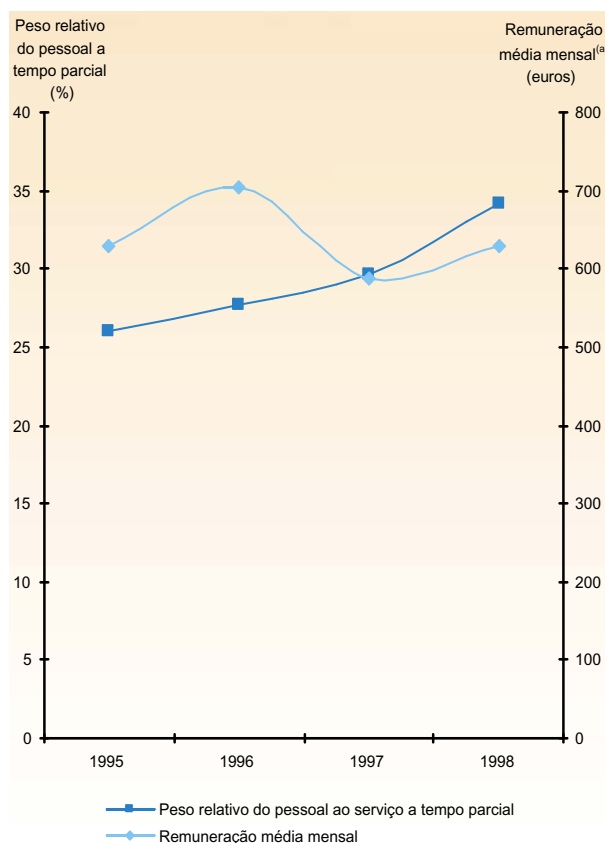


Nota: Considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os doze meses de cada ano

Entre 1995 e 1998, o pessoal ao serviço em regime de tempo parcial tornou-se mais significativo. Com efeito, em 1995, 26,1% do pessoal ao serviço de GSRA da região exercia funções a tempo parcial, e em 1998 atingiu os 34,1%. Por seu lado, a remuneração média mensal em 1995 era de 628 euros, tendo aumentado para 703 euros no ano seguinte. Em 1997, este indicador atingiu o seu valor mínimo, não indo além dos 589 euros, mas em 1998 observou-se um aumento para 628 euros, o mesmo valor de 1995.

Gráfico 1.2.1.5.5

Peso relativo do pessoal a tempo parcial e remuneração média mensal

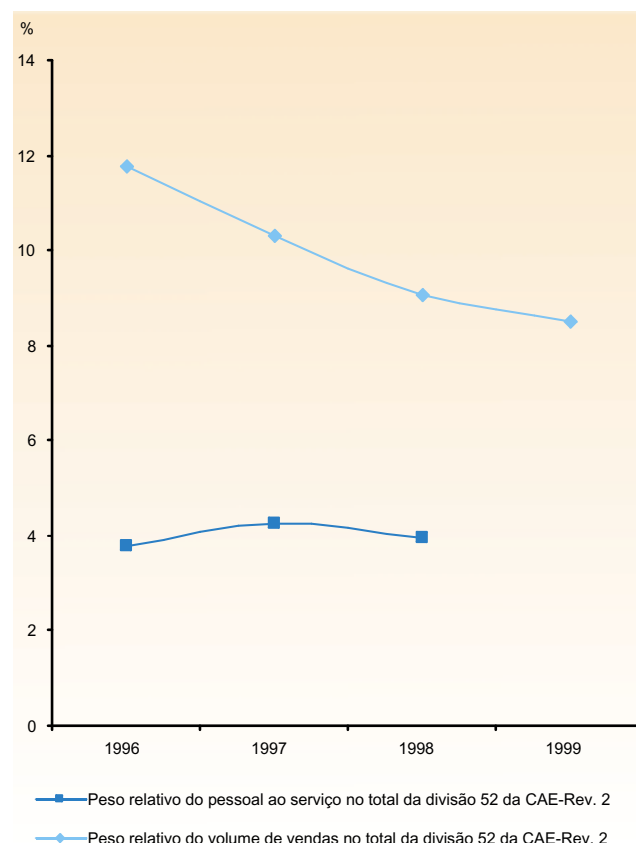


(a) Considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os doze meses de cada ano

Na região análise, em 1996, 3,8 % do pessoal ao serviço de empresas da divisão 52 da CAE-Rev. 2 estava afecto a GSRA. Em 1997, o pessoal ao serviço destes estabelecimentos tornou-se ligeiramente mais significativo, atingindo os 4,3% e, em 1998, ficou-se pelos 4,0%. Em termos de volume de vendas, no período compreendido entre 1996 e 1999, verificou-se que as GSRA se tornaram menos expressivas no total da divisão 52 da CAE-Rev.2. Em 1996, o volume de vendas gerado nas GSRA representava 11,8% do total da divisão 52, decrescendo até 1999 para os 8,5%.

Gráfico 1.2.1.5.6

Peso relativo na divisão 52 da CAE-Rev. 2



Tal como na região do Alentejo, nesta região o volume de vendas a retalho de produtos alimentares, bebidas e tabaco, manteve-se sempre acima dos 60,0% do total das GSRA entre 1995 e 1999. Em 1995, a venda destes bens deu origem a 67,3% do total dos estabelecimentos em análise, percentagem que decresceu para 64,6% em 1997, embora tenha recuperado, atingindo 68,7% em 1999.

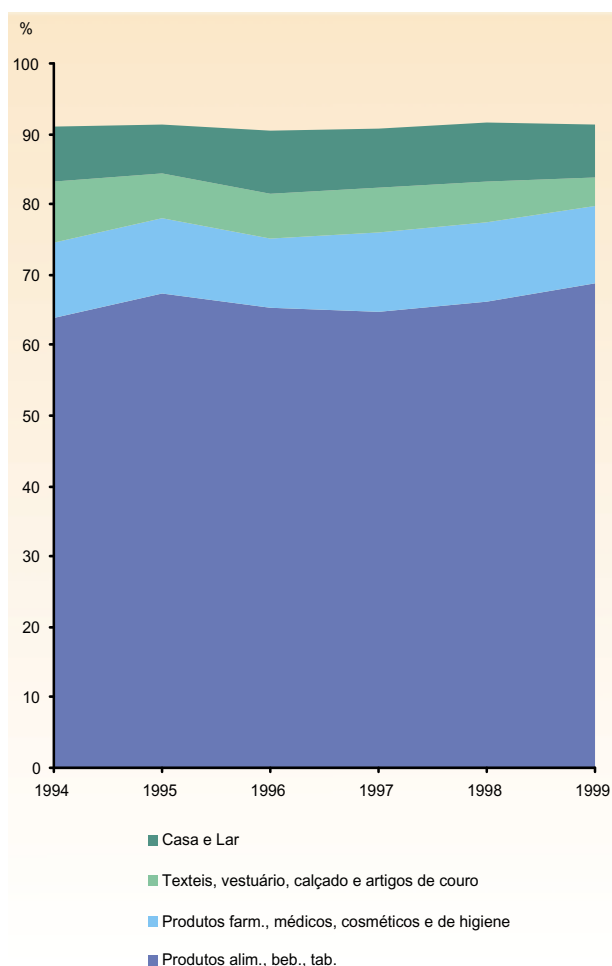
A comercialização de produtos farmacêuticos, médicos, cosméticos e de higiene, nas GSRA da região foi responsável por 10,8% do total do volume de vendas a retalho gerado em 1995 e, embora se tenha observado um decréscimo para os 9,8% no ano seguinte, em 1999, estes davam origem a 11,1% do total do volume realizado.

Também à semelhança do que aconteceu na região do Alentejo, no Algarve, a venda de produtos têxteis, vestuário, calçado e artigos de couro, perdeu alguma expressão entre 1995 e 1999. Com efeito, em 1995, 6,3% do total do volume de vendas a retalho gerado nas GSRA da região tinha origem neste tipo de produtos. Já em 1998, esta percentagem ficou-se pelos 6,0% e observou-se uma queda mais pronunciada no ano seguinte, quando não foi além dos 3,8%.

Por sua vez, os produtos para a casa e para o lar geraram 6,8% do total do volume de vendas da região em 1995, sendo que o máximo foi atingido no ano seguinte, 9,0%. A partir deste ano, apenas se registaram decréscimos e, em 1999, esta percentagem não foi além dos 7,7%.

Gráfico 1.2.1.5.7

Distribuição do volume de vendas a retalho, segundo o tipo de produtos comercializados



Quadros dos principais resultados

Quadro 1.2.1.5.1 Principais variáveis

Variável	Unidade	1993 ^{a)}	1994 ^{a)}	1995	1996	1997	1998	1999
Nº de GSRA	nº	...	...	7	7	7	7	7
Área de exposição e venda total	m ²	X	X	X	X	15 886	16 871	17 361
Número de pessoas ao serviço	nº	...	...	871	774	845	850	X
Volume de vendas a retalho	milhares de euros	...	...	133 729	131 224	124 612	125 648	93 035
Total de remunerações pagas	milhares de euros	...	...	7 689	7 633	6 948	7 489	X
Número de transacções efectuadas	nº	...	...	7 064 346	6 461 233	6 175 053	6 250 287	6 385 078

Quadro 1.2.1.5.2

Principais indicadores

Principais indicadores	Unidade	1993 ^{a)}	1994 ^{a)}	1995	1996	1997	1998	1999
Nº de residentes por m ² de área de exposição e venda	nº	X	X	X	X	22	21	22
Nº médio de pessoas ao serviço por estabelecimento ^(b)	nº	...	...	124	111	121	121	X
Peso relativo do pessoal ao serviço a tempo parcial	%	...	...	26,1	27,6	29,7	34,1	X
Volume de vendas a retalho por pessoa ao serviço ^(b)	milhares de euros	...	...	153,5	169,5	147,5	147,8	X
Volume de vendas médio por estabelecimento ^(b)	milhares de euros	...	...	19 104	18 746	17 802	17 950	13 213
Volume de vendas a retalho por m ² de área de exposição e venda ^(b)	euros	X	X	X	X	7 844,1	7 447,6	5 358,9
Remuneração média mensal ^(b)	euros	...	...	628,5	703,3	588,6	628,5	X
Número médio de transacções por estabelecimento ^(b)	nº	...	...	917 764	923 033	882 150	892 898	912 154
Gasto médio por cliente ^(b)	euros	...	...	20,8	20,3	20,2	20,1	14,6
Peso relativo do pessoal ao serviço no total da rubrica 52 da CAE - Rev. 2	%	X	X	X	3,8	4,3	4,0	X
Peso relativo do volume de vendas no total da rubrica 52 da CAE - Rev. 2	%	X	X	X	11,8	10,3	9,1	8,5

^(a) Em 1993 e em 1994, os estabelecimentos com área de exposição e venda inferior a 2 000 m² não eram considerados grandes superfícies^(b) Estes números foram obtidos considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os 12 meses de cada ano, excepto no caso de 1993

Quadro 1.2.1.5.3 Volume de vendas a retalho nas GSRA, segundo o tipo de produtos

								%
Tipo de produtos	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	
Produtos alim., beb., tab.	X	63,9	67,3	65,3	64,6	66,2	68,7	
Produtos farm., médicos, cosméticos e de higiene	X	10,6	10,8	9,8	11,4	11,2	11,1	
Texteis, vestuário, calçado e artigos de couro	X	8,8	6,3	6,5	6,4	6,0	3,8	
Casa e Lar	X	7,6	6,8	9,0	8,5	8,2	7,7	
Outros	X	9,1	8,7	9,5	9,1	8,4	8,6	

Quadro 1.2.1.5.4 Número de estabelecimentos segundo o escalão de superfície de exposição e venda

								Unidade: N°
Escalão de superfície	1993 ^{a)}	1994 ^{a)}	1995	1996	1997	1998	1999	
Algarve	...	...	7	7	7	7	7	7
1000 a 1999 m ²	X	X	3	4	3	3	3	3
2000 a 2499 m ²	...	...	4 ^{b)}	3 ^{b)}	4 ^{b)}	4 ^{b)}		
2500 a 3999 m ²	...	...					4 ^{b)}	
4000 a 7999 m ²			-	-	-	-		
8000 m ² e mais	-	-	-	-	-	-	-	-

^{a)} Em 1993 e em 1994, os estabelecimentos com área de exposição e venda inferior a 2 000 m² não eram considerados grandes superfícies

^{b)} Dados agrupados por razões de segredo estatístico

1.2.2 Unidades Comerciais de Dimensão Relevante (UCDR)

1.2.2.1 Norte

Em 2001 estavam em actividade 415 unidades comerciais de dimensão relevante na Região Norte, mais 2,7% do que no ano anterior, cuja área de exposição e venda totalizava 512 938 m², mais 29,2% do que em 2000.

O número de pessoas ao serviço nesta região era de 15 578, menos 0,3% em relação ao ano de 2000.

O volume de vendas dos 415 estabelecimentos em análise em 2001, ascendeu a cerca de 2 813 milhões de euros, mais 4,3% do que em 2000, tendo sido efectuadas cerca de 132 milhões de transacções, mais 11,0% do que no ano anterior.

Quadro 1.2.2.1.1 UCDR - Principais variáveis

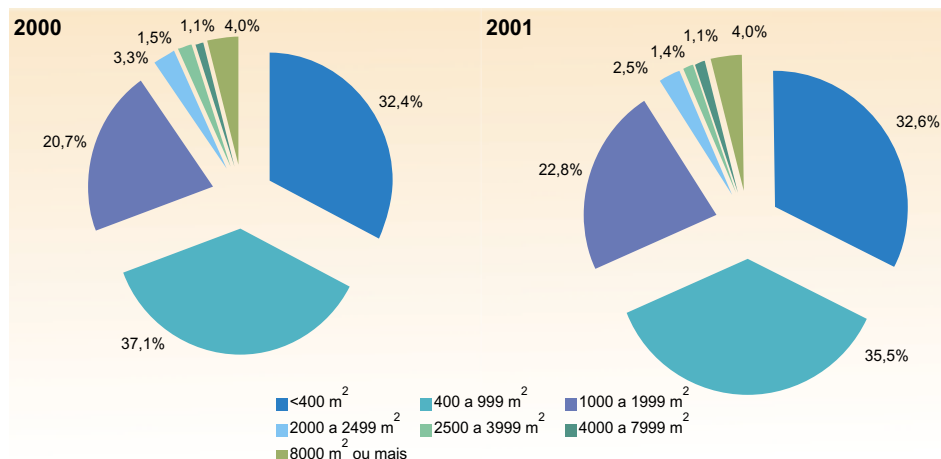
Principais variáveis	Total		Comércio a retalho alim. e misto		Comércio a retalho especializado não alimentar		Comércio por grosso	
	2000	2001	2000	2001	2000	2001	2000	2001
Nº de estab.	404	415	275	276	109	118	20	21
Área de exposição e venda total (m ²)	498 371	512 938	332 153	335 112	86 911	97 754	79 307	80 072
Nº de pessoas ao serviço	15 626	15 578	12 431	12 271	1 832	1 937	1 363	1 370
Volume de vendas total (milhares de euros)	2 697 315	2 813 303	1 972 878	2 050 002	223 240	266 661	501 197	496 640
Nº de transacções efectuadas (milhares)	119 049	132 131	107 489	119 655	11 560	12 476	X	X

Na região Norte, das 415 UCDR em análise, 276, mais uma do que no ano anterior, tinham como actividade principal o Comércio a retalho alimentar e

misto. Destes estabelecimentos, 102 em 2000 e 98 em 2001, dispunham de uma área compreendida entre os 400 e os 999 m².

Gráfico 1.2.2.1.1

Distribuição dos estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

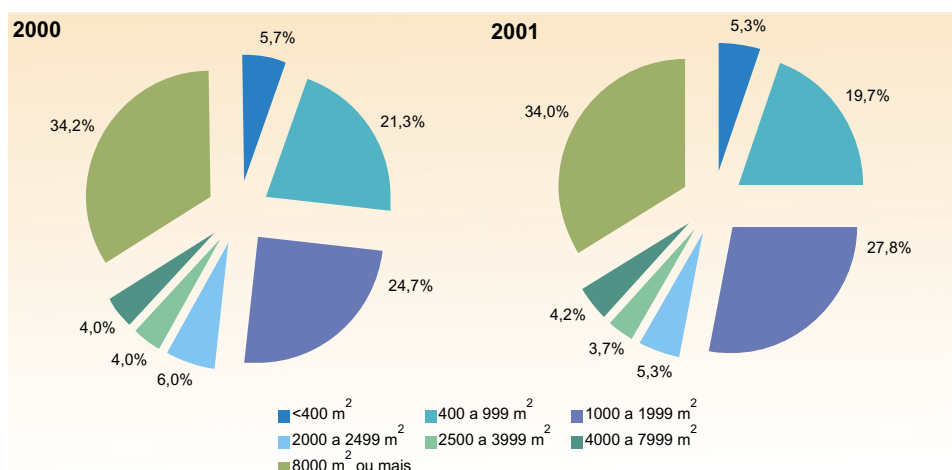


O número de pessoas ao serviço nesta região, em 2000, era de 12 431 tendo decrescido para 12 271 no ano seguinte, o que significa uma redução de 1,3%.

Os estabelecimentos com 8 000 m² ou mais de área de exposição e venda empregavam 34,2% e 34,0% dos trabalhadores, respectivamente, em 2000 e 2001.

Gráfico 1.2.2.1.2

Distribuição do pessoal ao serviço nos estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

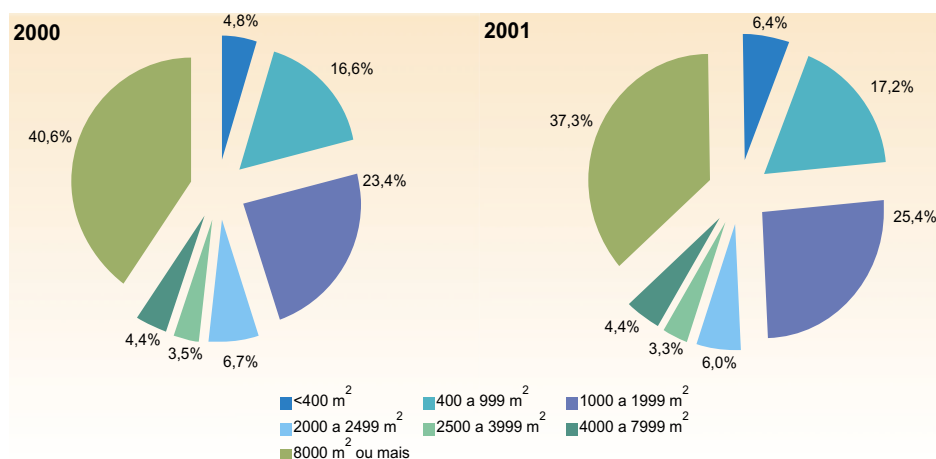


Em 2001 os estabelecimentos do Comércio a retalho alimentar e misto realizaram 2 050 milhões de euros, mais 3,9% do que no ano anterior. O maior volume de vendas verificou-se nos estabelecimentos com 8 000 m² ou mais de área, com 40,6% em 2000 e

37,3% em 2001. Os estabelecimentos com volume de vendas mais baixo, eram os que dispunham de uma área de 2 500 a 3 999 m².

Gráfico 1.2.2.1.3

Distribuição do volume de vendas a retalho dos estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

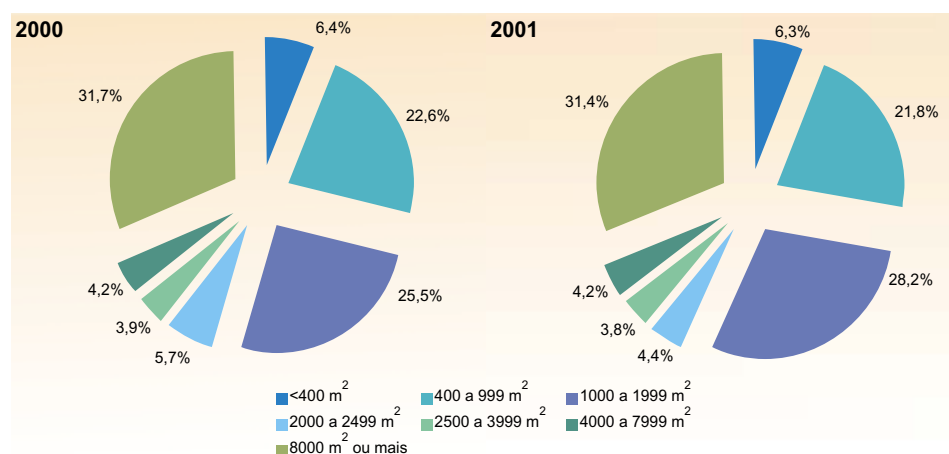


A área de exposição e venda dos estabelecimentos sediados na região em análise era, em 2001, de 335 112 m², valor ligeiramente superior ao verificado em 2000 (332 153 m²). Neste ano os estabelecimentos com área de exposição e venda

entre os 2 500 e os 3 999 m², eram os que dispunham de uma menor área de exposição e venda (3,8% do total), enquanto os estabelecimentos do último escalão (8 000 m² ou mais) dispunham de 31,4%.

Gráfico 1.2.2.1.4

Distribuição da área de exposição e venda dos estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície

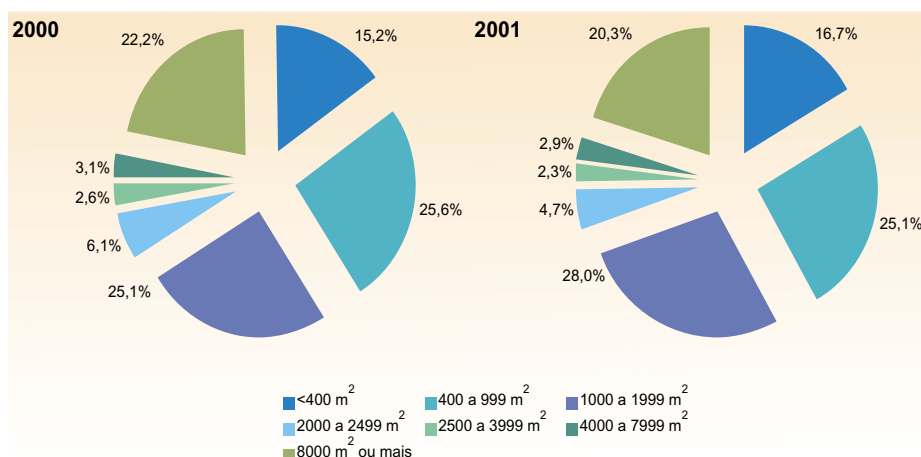


No que concerne ao número transacções, foram efectuadas cerca de 120 milhões em 2001, mais 11,3% do que no ano transacto. Em 2001, os estabelecimentos com área compreendida entre os 1 000 e 1 999 m² foram os que realizaram o maior número de transacções, enquanto que no ano de

2 000 o maior número de transacções verificou-se no escalão de 400 a 999m².

Gráfico 1.2.2.1.5

Distribuição do número de transações realizadas nos estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

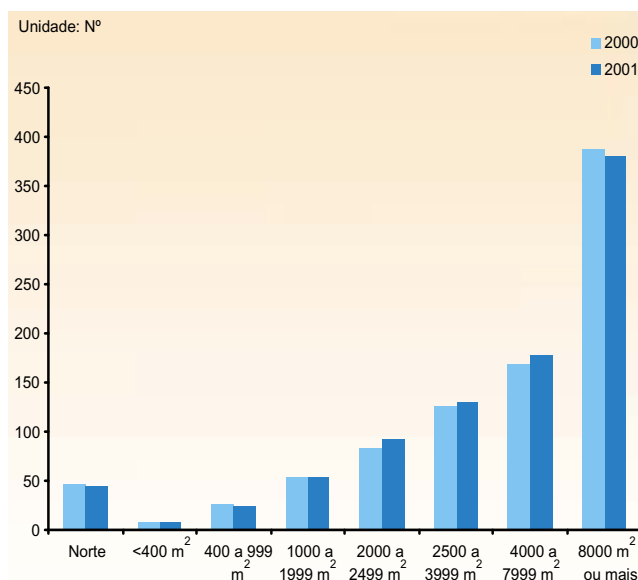


Os estabelecimentos localizados na região Norte dispunham duma área média de 1 214 m² em 2001, mais 6 m² do que no ano anterior. As áreas médias dos estabelecimentos desta região variavam entre os 236 m², no escalão de menos de 400 m², e os 9 552 m², observados nos estabelecimentos com maior área de exposição e venda (8000 m² ou mais), em 2001.

Em relação ao número médio de pessoas ao serviço verificou-se, naturalmente, que quanto maior era a área de exposição e venda, maior era o número médio de pessoas ao serviço. Em 2000 o número médio de pessoas ao serviço por estabelecimento era de 46, tendo decrescido para 44 no ano seguinte.

Gráfico 1.2.2.1.7

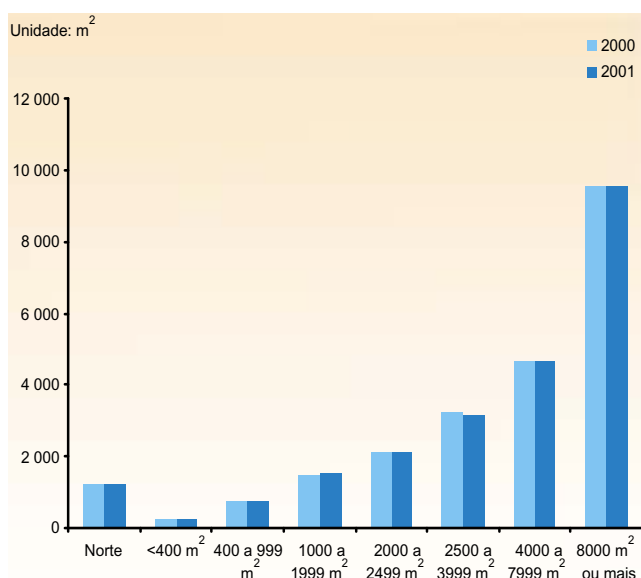
Nº médio de pessoas ao serviço por estabelecimento de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



No que concerne ao volume de vendas médio a retalho por estabelecimento, houve um acréscimo de 280 milhares de euros em 2001 face ao ano anterior. Registaram-se acréscimos em todos os escalões,

Gráfico 1.2.2.1.6

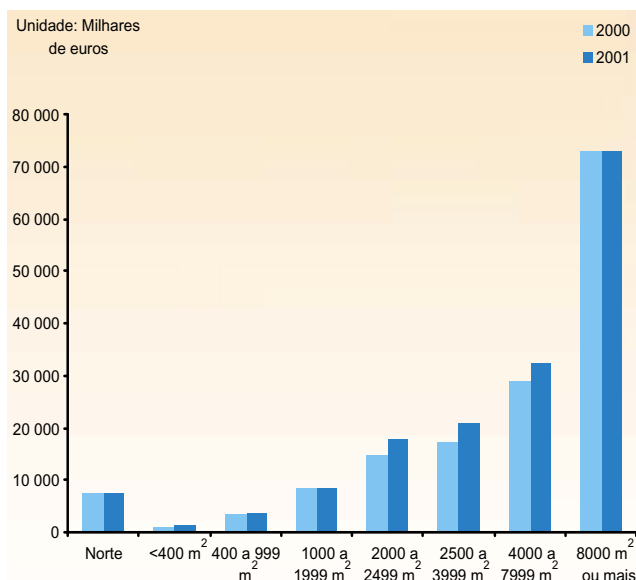
Área média de exposição e venda dos estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície



à excepção do quarto escalão, onde se verificou uma redução de 72 milhares de euros, e no último escalão onde o valor observado nos dois anos em análise foi o mesmo: 72,7 milhões de euros de vendas médias por estabelecimento.

Gráfico 1.2.2.1.8

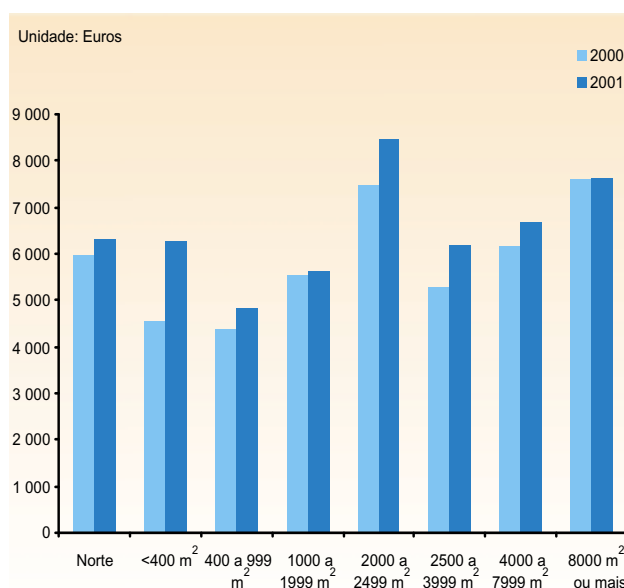
Volume de vendas médio a retalho por estabelecimento de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



Em 2001 o volume de vendas a retalho por m² de área de exposição e venda ascendeu aos 6 296 euros, mais 5,3% do que o observado no ano anterior. O volume de vendas por m² mais baixo verificou-se no escalão de 400 a 999 m², enquanto o valor mais elevado se registou nos estabelecimentos com 8 000 m² ou mais de exposição e venda.

Gráfico 1.2.2.1.9

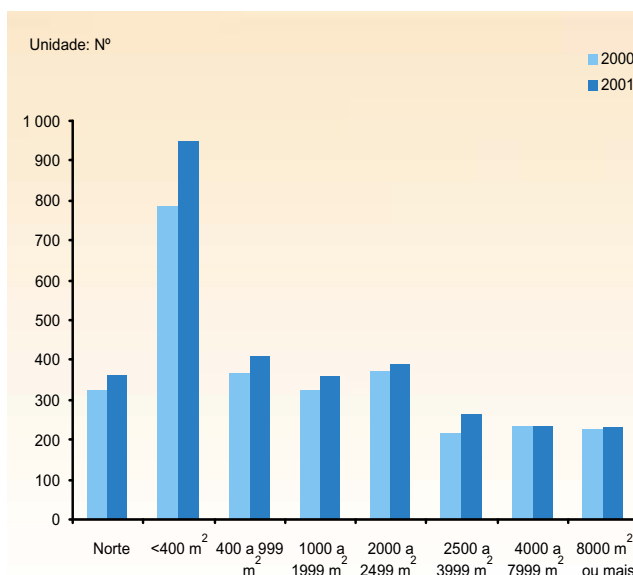
Volume de vendas a retalho por m² de área de exposição e venda dos estabelecimento de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície



Quanto ao número de clientes (transacções) por m² de área de exposição e venda em 2001, tal como já verificado em 2000, os estabelecimentos com área inferior a 400 m², registaram o valor mais elevado, 950 clientes por m². Em 2001, foi nos estabelecimentos com maior área de exposição e venda que se verificou o menor número de transacções por m² (231).

Gráfico 1.2.2.1.10

Número de transacções realizadas por m² de área de exposição e venda dos estabelecimento de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície



Nas Unidades Comerciais de Dimensão Relevante da região em análise, cada cliente gastou, em média por transacção, 18,4 e 17,4 euros, respectivamente, em 2000 e 2001, observando-se o gasto médio mais elevado nos estabelecimentos de 8 000 m² ou mais (32,9 euros) e o mais baixo nos estabelecimentos de menor dimensão (6,6 euros).

Gráfico 1.2.2.1.11

Gasto médio por transacção realizadas nos estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

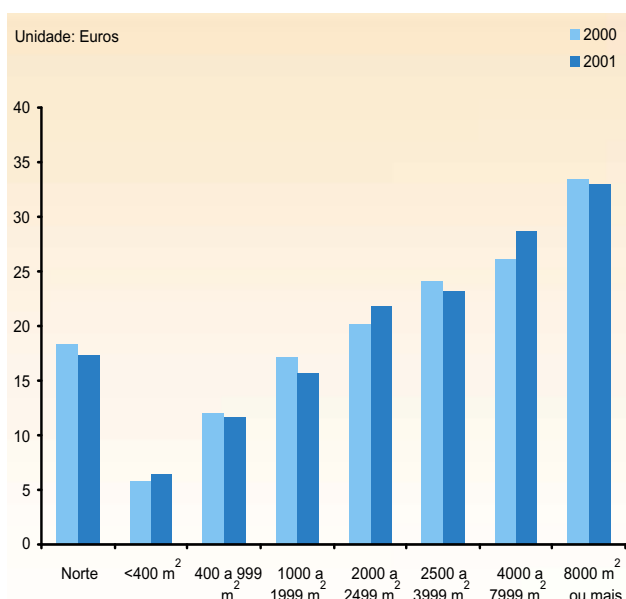
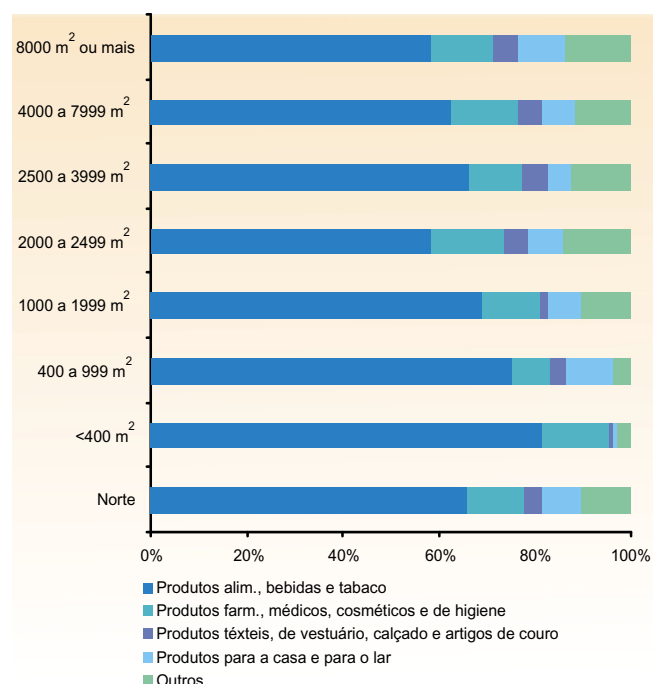


Gráfico 1.2.2.1.12

Distribuição do volume de vendas por tipo de produtos, segundo o escalão de superfície de exposição e venda, 2001



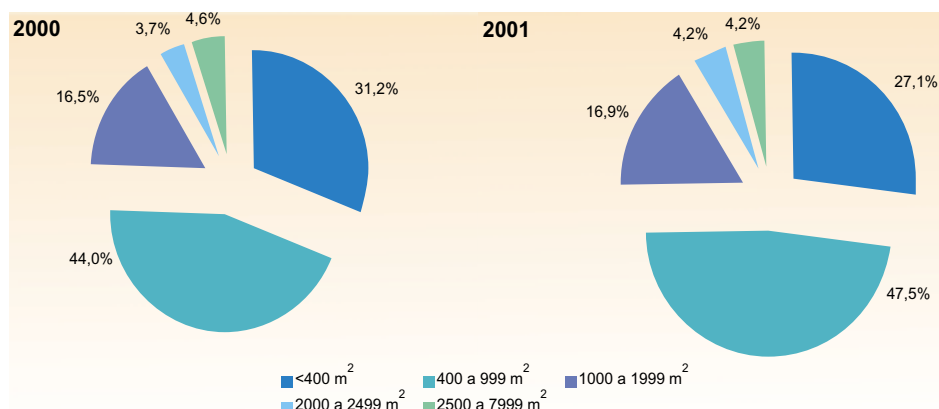
Na distribuição do volume de vendas por tipo de produtos pode observar-se que cerca de 2/3 das vendas foram provenientes de produtos alimentares, bebidas e tabaco, em qualquer dos anos em análise. Nos estabelecimentos com menor área de exposição e venda, o peso da venda destes produtos foi ainda maior, tendo atingido os 82,0% em 2000. Os estabelecimentos de maior dimensão, a partir de 2000 m², foram os que apresentaram um volume de vendas destes produtos menos significativo. Pelo contrário, foi nos estabelecimentos com maior área, que os produtos farmacêuticos, médicos, cosméticos e de higiene tiveram um peso mais acentuado.

Em 2001, a região Norte dispunha de 118 estabelecimentos de Comércio especializado não alimentar, mais 8,3% do que em 2000. O maior número

destes estabelecimentos (47,5%), dispunham de uma área entre os 400 e 999 m².

Gráfico 1.2.2.1.13

Distribuição dos estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

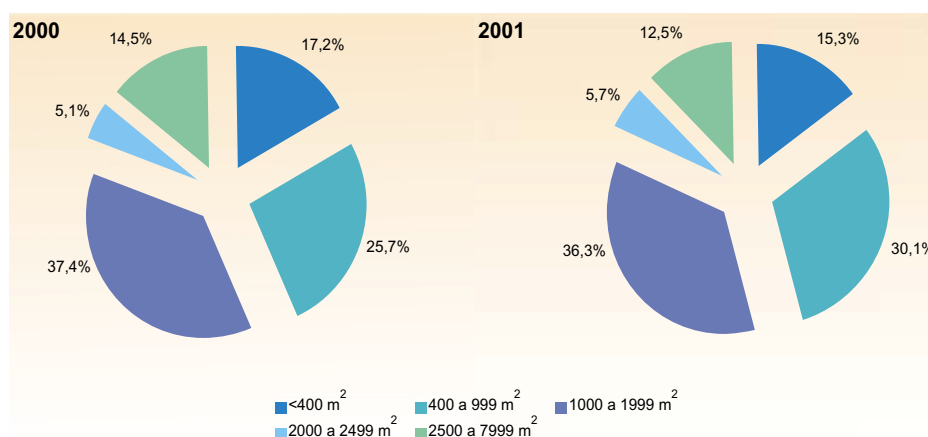


Na região Norte, as UCDR que laboraram em 2001, empregaram 1 937 trabalhadores, mais 5,7% que no ano transacto. Os estabelecimentos com área

de exposição e venda entre 1 000 e 1 999 m², foram os maiores empregadores, com 686 e 704 pessoas ao serviço em 2000 e 2001, respectivamente.

Gráfico 1.2.2.1.14

Distribuição do pessoal ao serviço nos estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

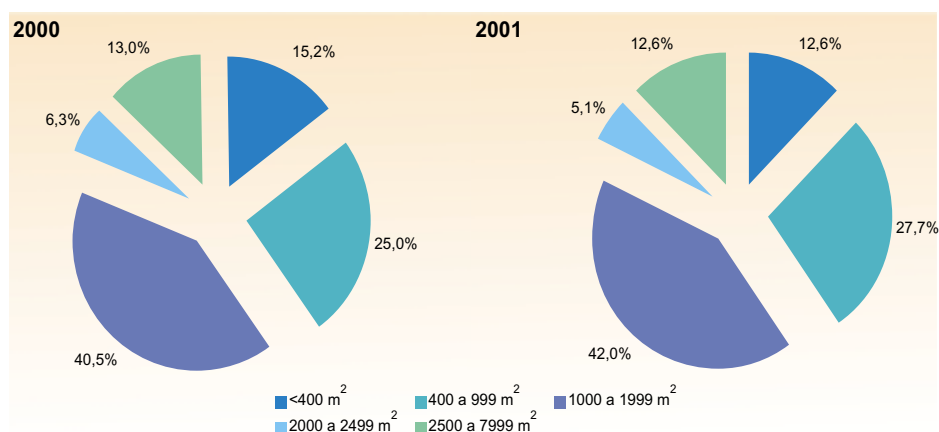


O volume de vendas total dos estabelecimentos do Comércio a retalho especializado não alimentar na região Norte foi de cerca de 266,7 milhões de euros, um acréscimo de 19,4% em relação ao ano anterior. Os estabelecimentos com área de exposição e venda

entre os 1 000 e os 1 999 m², registaram os valores mais elevados, tendo contribuído com 40,5% e 42,0%, respectivamente, em 2000 e 2001.

Gráfico 1.2.2.1.15

Distribuição do volume de vendas a retalho dos estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

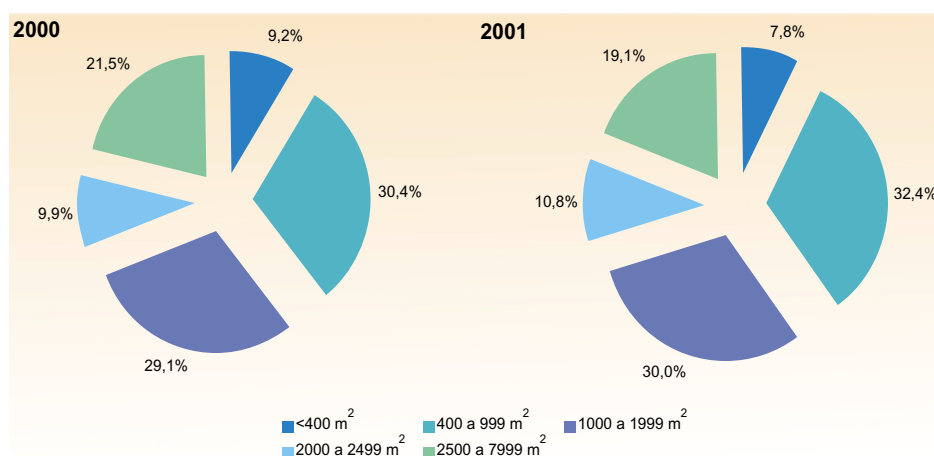


A área de exposição e venda dos estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar, teve um aumento de 12,5%, passando de 86 911 m² em 2000 para 97 754 m² em 2001. Os

estabelecimentos com área de exposição e venda entre os 400 e os 999 m², eram os que dispunham de uma área maior, 31 630 m², em 2001.

Gráfico 1.2.2.1.16

Distribuição da área de exposição e venda dos estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície

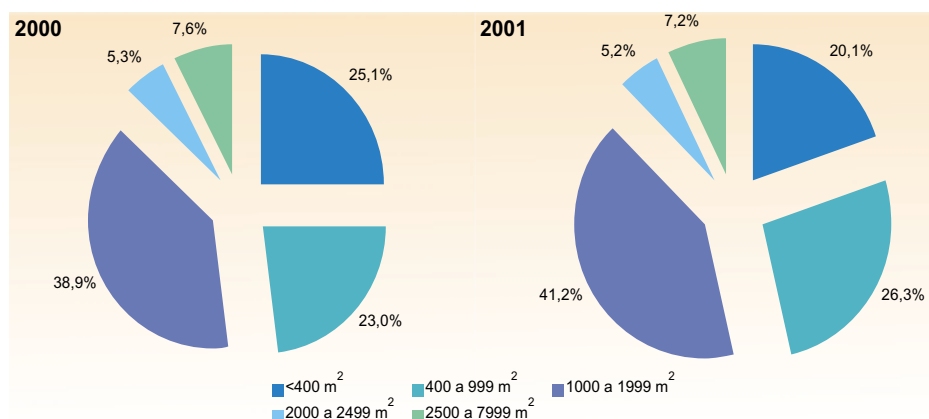


O número de transacções realizadas pelos estabelecimentos em análise em 2001, foram de cerca de 12,5 milhões, mais 0,9 milhões do que no ano anterior, sendo os estabelecimentos com área entre os 1 000 e os 1 999 m², os que maior afluência de

clientes tiveram em 2000 e 2001: 4,5 milhões e 5,1 milhões de clientes, em 2000 e 2001, respectivamente.

Gráfico 1.2.2.1.17

Distribuição do número de transacções realizadas nos estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

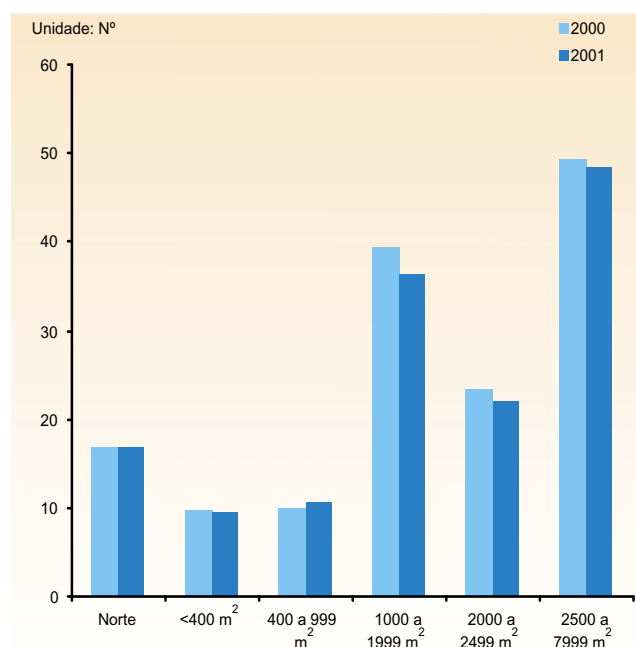


A área média por estabelecimento em 2001, teve um acréscimo de 3,9% em relação ao ano transacto. O aumento de área média mais significativo verificou-se nos estabelecimentos entre 1 000 e 1 999 m² (4,4%). Os três primeiros escalões de área de exposição e venda registaram aumento de área média. Os estabelecimentos com área entre 2 000 e 2 499 m² foram os que registaram uma maior quebra (menos 1,3%).

que, com excepção dos estabelecimentos com área 400 a 999 m², que tinham mais uma pessoa ao serviço por estabelecimento, todos os outros escalões registaram valores inferiores de 2000 para 2001.

Gráfico 1.2.2.1.19

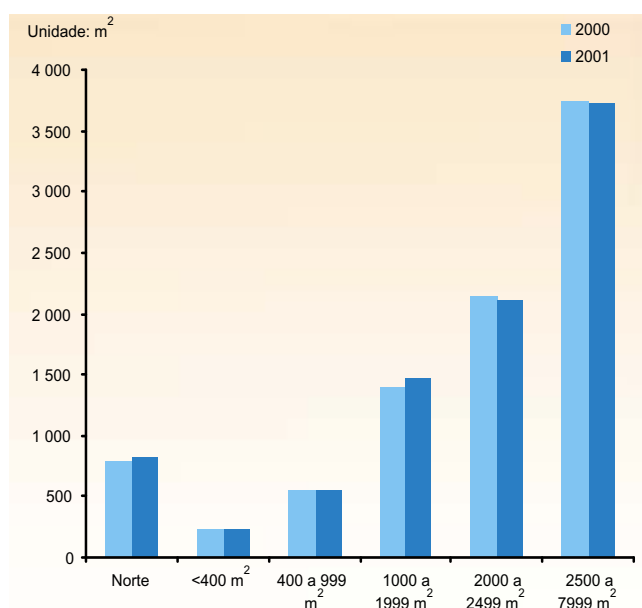
Nº médio de pessoas ao serviço por estabelecimento de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



Os estabelecimentos inquiridos em 2001 representaram um volume de vendas médio a retalho por estabelecimento de cerca de 2,4 milhões de euros, mais 11,6% do que em 2000. Os estabelecimentos com área entre os 1 000 e os 1 999 m², foram os que

Gráfico 1.2.2.1.18

Área média de exposição e venda dos estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície

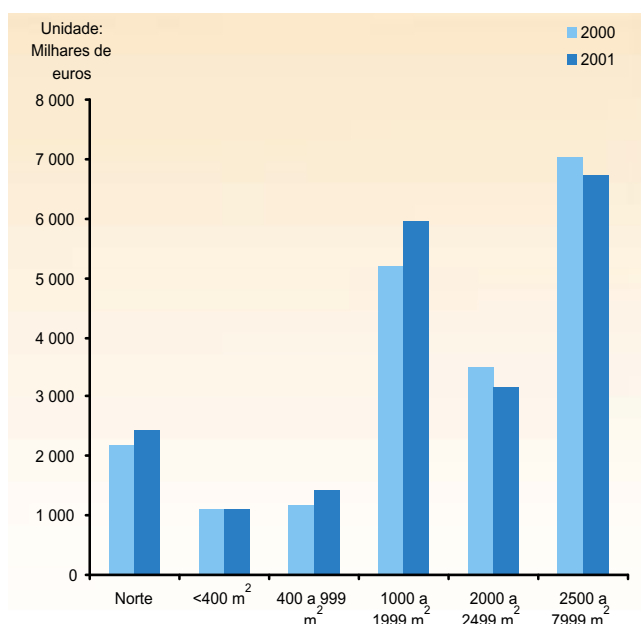


Nos dois anos em análise, cada estabelecimento empregava em média 17 trabalhadores. É de salientar

registaram um aumento mais significativo (14,5%).

Gráfico 1.2.2.1.20

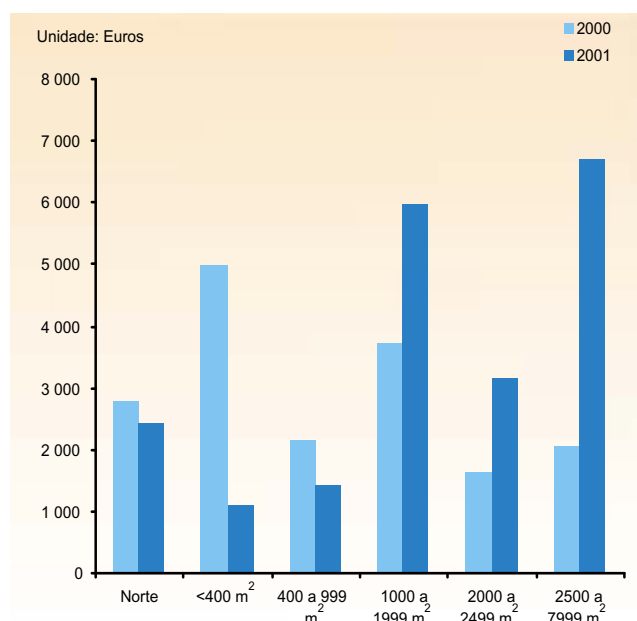
Volume de vendas médio a retalho por estabelecimento de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



O volume de vendas a retalho por m² de área de exposição e venda em 2001, registou um acréscimo de 4,4% face ao ano anterior. Os estabelecimentos com menor área de exposição e venda, embora se tenha verificado um decréscimo em relação a 2000 de 7,8%, continuaram a registar os volumes mais elevados.

Gráfico 1.2.2.1.21

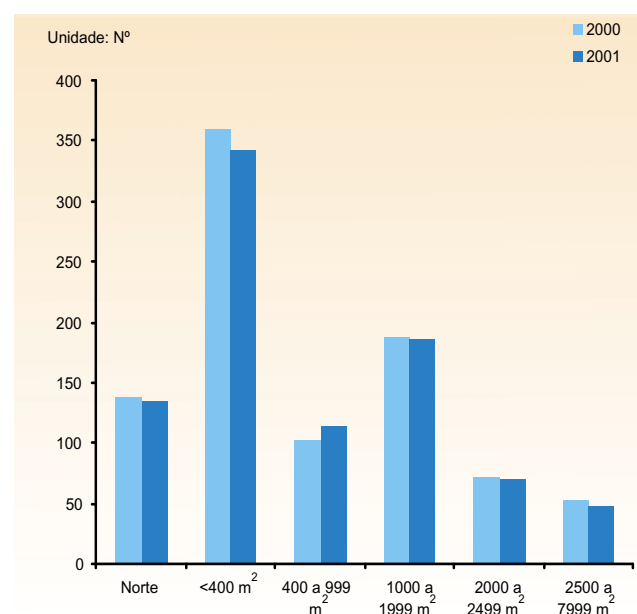
Volume de vendas a retalho por m² de área de exposição e venda dos estabelecimento de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície



Em 2001, o número de transacções observado por m² de área de exposição e venda foi de 135, menos 1,5% do que no ano anterior. Os estabelecimentos com menor área (menos de 400 m²) foram os que realizaram maior número de transacções, embora tenham um decréscimo de 4,7% em relação a 2000.

Gráfico 1.2.2.1.22

Número de transacções realizadas por m² de área de exposição e venda dos estabelecimento de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície

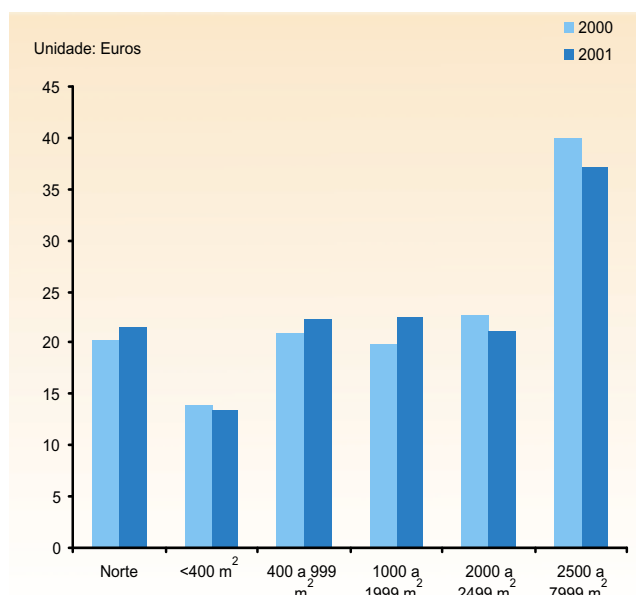


Considerando apenas os estabelecimentos em funcionamento os 12 meses de cada ano, cada cliente gastou, em média, em 2001, 21,6 euros, mais 6,4% do que no ano transacto. Os estabelecimentos que

registaram um gasto médio superior, foram os de 2 500 a 7 999 m², embora se tenha observado um decréscimo de 6,5% face a 2000.

Gráfico 1.2.2.1.23

Gasto médio por transacção realizada nos estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

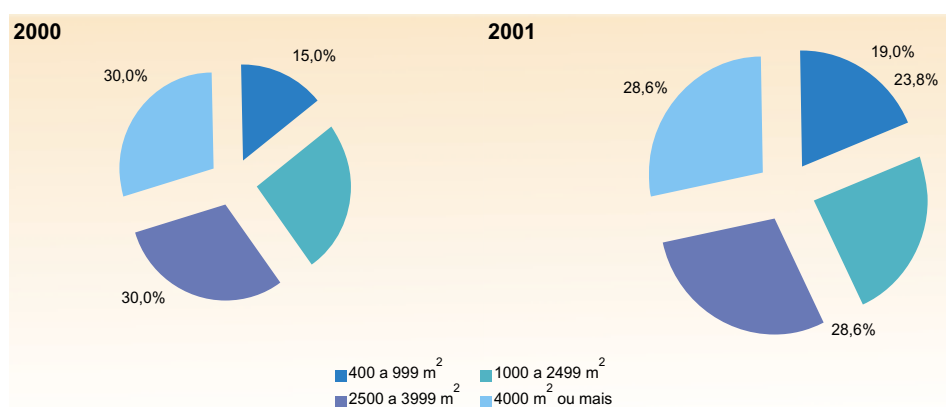


Em 2001, estavam em actividade 21 Unidades Comerciais de Dimensão Relevante, mais uma do que em 2000, cuja actividade principal era Comércio por

grosso. Dos 21 estabelecimentos referidos, 57,1% tinham área igual ou superior a 2 500 m².

Gráfico 1.2.2.1.24

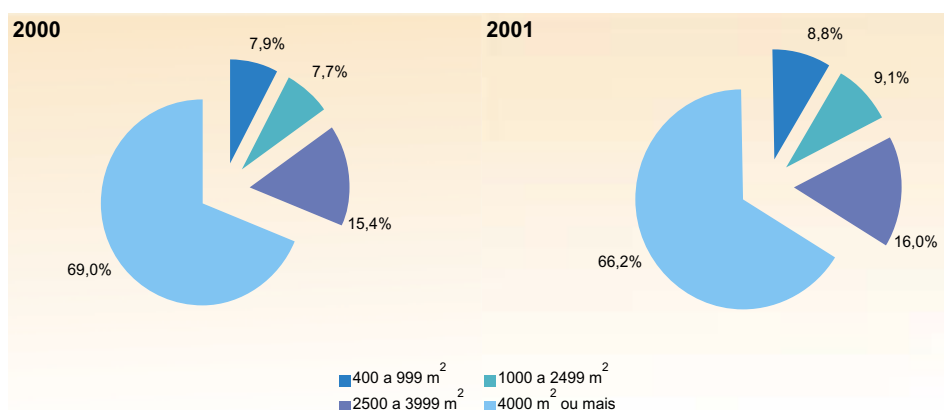
Distribuição dos estabelecimentos/armazéns de Comércio por grosso, segundo o escalão de área



No que respeita ao pessoal ao serviço, os estabelecimentos / armazéns comerciais que exerciam a actividade de Comércio por grosso, empregavam em 2001, 1 370 trabalhadores mais 0,5% do que no ano anterior.

Em 2001, 66,2% dos trabalhadores exerciam a sua actividade nos estabelecimentos / armazéns comerciais com mais de 4 000 m².

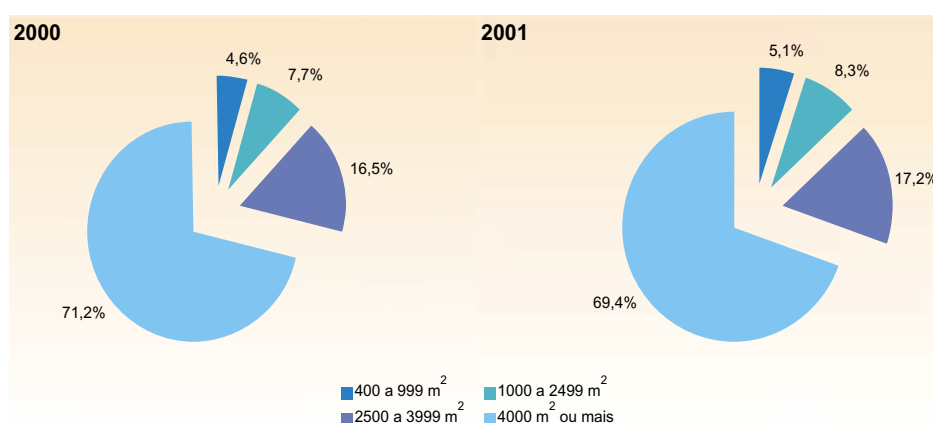
Gráfico 1.2.2.1.25 Distribuição do pessoal ao serviço nos estabelecimentos/armazéns de Comércio por grosso, segundo o escalão de área



No ano de 2001, os estabelecimentos / armazéns inquiridos obtiveram um volume de vendas de cerca de 496,6 milhões de euros, valor inferior ao

verificado em 2000, menos 0,9%. Neste montante, os estabelecimentos / armazéns comerciais com mais de 4 000 m² (28,6% do total) representavam 69,4%.

Gráfico 1.2.2.1.26 Distribuição do volume de vendas dos estabelecimentos/armazéns de Comércio por grosso, segundo o escalão de área

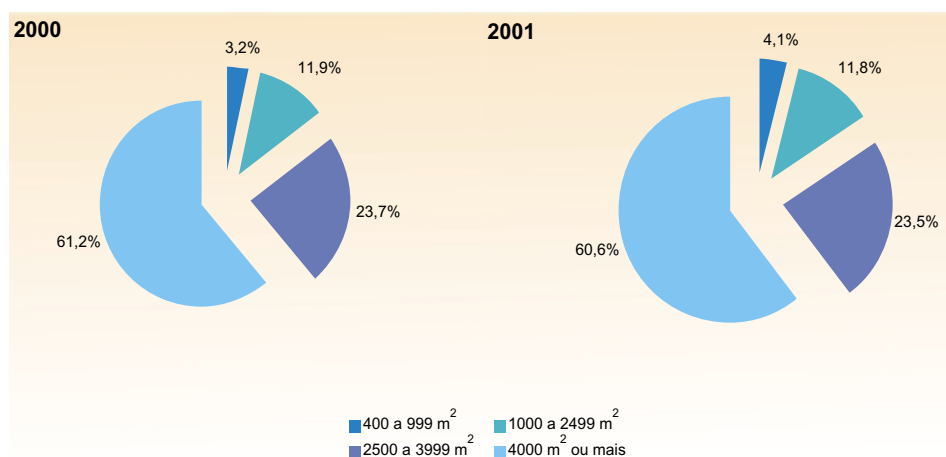


Os estabelecimentos / armazéns comerciais em análise, ocupavam uma área de 80 072 m², valor ligeiramente superior ao verificado em 2000.

Os estabelecimentos com 4 000 m² ou mais tinham uma área 48 511 m², cerca de 60,6% do total da área deste tipo de actividade na região Norte.

Gráfico 1.2.2.1.27

Distribuição da área dos estabelecimentos/armazéns de Comércio por grosso, segundo o escalão de área



A área média por estabelecimento / armazém comercial no ano 2001 era de 3 813 m², menos 3,8% do que no ano anterior.

À excepção dos estabelecimentos / armazéns comerciais com área de 400 a 999 m², que registava uma quebra de 2,4% da área média, todos os outros estabelecimentos / armazéns comerciais mantiveram a área média.

Em 2001, cada estabelecimento / armazém comercial empregava, em média, 70 trabalhadores, mais 2 do que em 2000. Em todos os escalões de área de exposição e venda, observou-se um acréscimo do número médio do pessoal ao serviço, nomeadamente no último em que se registou um aumento de 10,8%.

Gráfico 1.2.2.1.28

Área média dos estabelecimentos/armazéns de Comércio por grosso, segundo o escalão de área

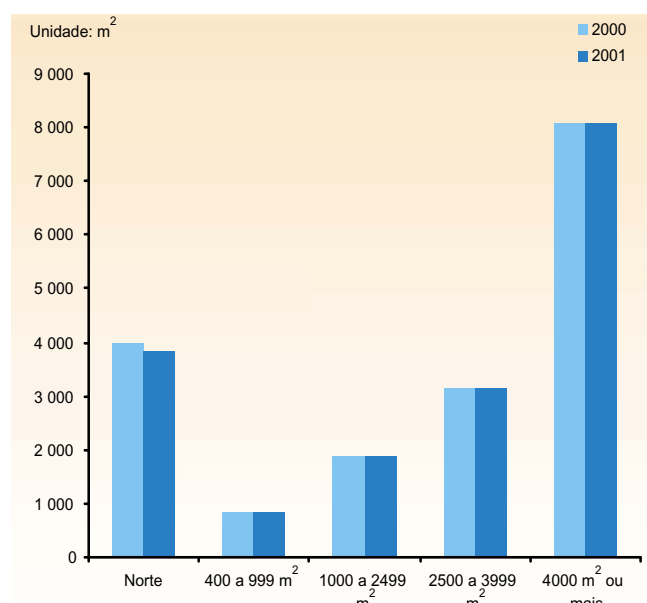
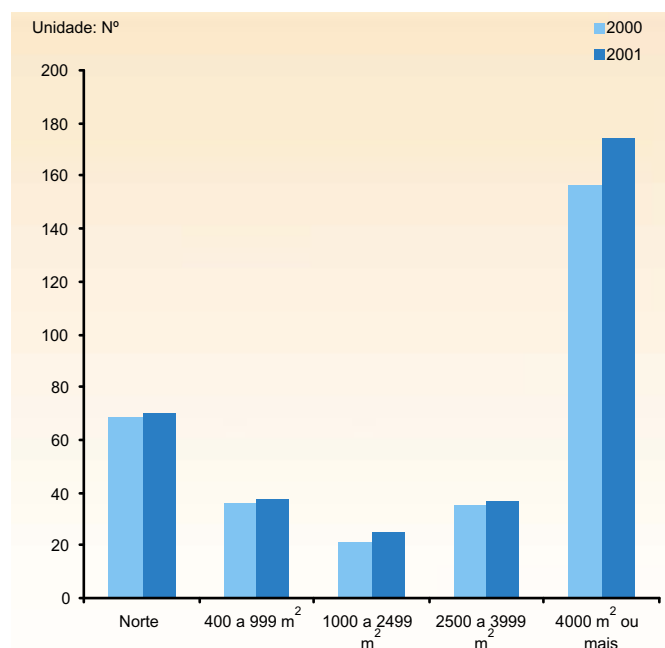


Gráfico 1.2.2.1.29

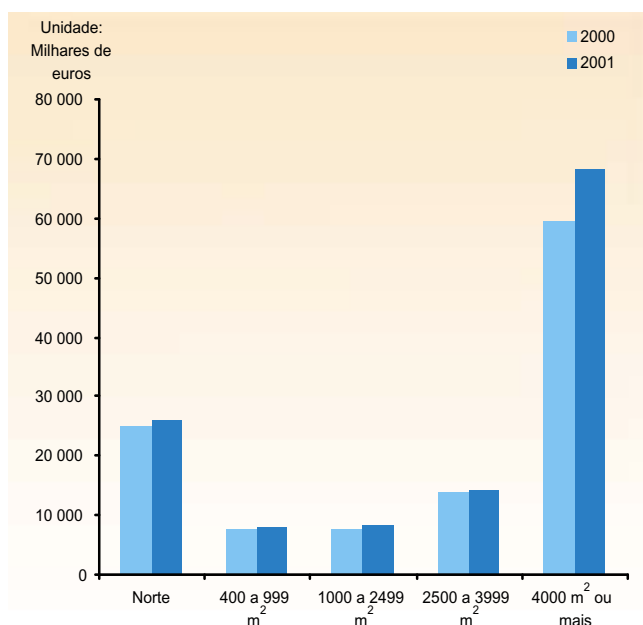
Nº médio de pessoas ao serviço por estabelecimento/armazém de Comércio por grosso, segundo o escalão de área



Relativamente ao volume de vendas médio por estabelecimento / armazém comercial, segundo o escalão de área, podemos observar que nos estabelecimentos / armazéns comerciais, houve um acréscimo de 3,4% de 2000 para 2001. No último escalão, 4 000 m² e mais de área, foram realizados cerca de 68,3 e 59,4 milhões de euros, em cada estabelecimento em 2001 e 2000, respectivamente.

Gráfico 1.2.2.1.30

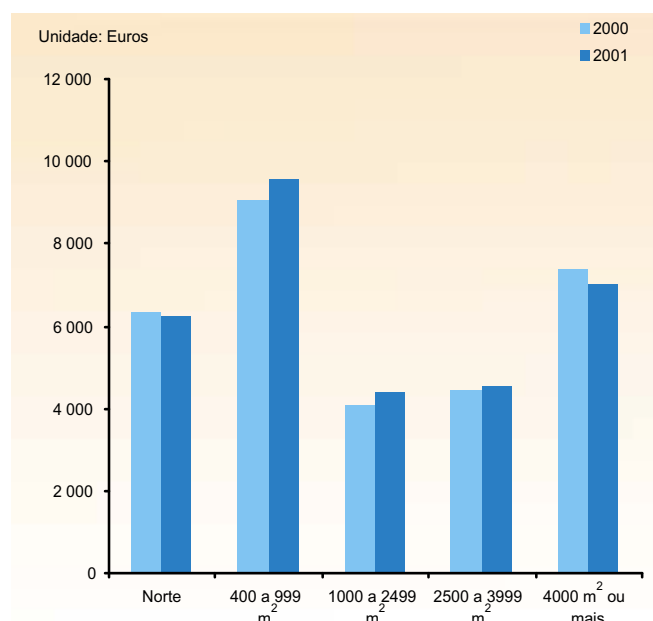
Volume de vendas médio por estabelecimento/armazém de Comércio por grosso, segundo o escalão de área



No volume de vendas por m² de área houve um decréscimo de 1,8% em 2000 para 6 205 euros em 2001. O valor mais elevado, em qualquer dos anos em, verificou-se nos estabelecimentos com área de 400 a 999 m².

Gráfico 1.2.2.1.31

Volume de vendas por m² de área dos estabelecimentos/armazéns de Comércio por grosso, segundo o escalão de área



Quadros dos principais resultados

Quadro 1.2.2.1.2 Estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto - Principais variáveis

Variável	Ano	Escala de área de exposição e venda							
		Norte	<400 m ²	400 a 999 m ²	1000 a 1999 m ²	2000 a 2499 m ²	2500 a 3999 m ²	4000 a 7999 m ²	8000 m ² ou mais
Nº de estabelecimentos	2000	275	89	102	57	9	4	3	11
	2001	276	90	98	63	7	4	3	11
Nº pessoas ao serviço	2000	12 431	713	2 644	3 068	745	502	503	4 256
	2001	12 271	656	2 416	3 406	653	453	514	4 173
Volume de vendas a retalho (milhares de euros)	2000	1 972 878	94 923	328 465	461 543	132 723	68 290	86 416	800 518
	2001	2 050 002	131 284	351 656	520 999	123 728	67 271	90 703	764 362
Área de exposição e venda (m ²)	2000	332 153	21 263	75 097	84 801	18 780	12 969	14 015	105 228
	2001	335 112	21 199	73 051	94 583	14 600	12 588	14 015	105 076
Nº de transacções realizadas (milhares)	2000	107 489	16 365	27 549	26 941	6 590	2 821	3 313	23 909
	2001	119 655	19 946	30 079	33 545	5 666	2 703	3 416	24 300

Quadro 1.2.2.1.3 Estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto - Principais indicadores

Indicador	Ano	Escala de área de exposição e venda							
		Norte	<400 m ²	400 a 999 m ²	1000 a 1999 m ²	2000 a 2499 m ²	2500 a 3999 m ²	4000 a 7999 m ²	8000 m ² ou mais
Área média de exposição e venda por estabelecimento (m ²)	2000	1 208	239	736	1 488	2 087	3 242	4 672	9 566
	2001	1 214	236	745	1 501	2 086	3 147	4 672	9 552
Nº médio de pessoas ao serviço por estabelecimento ^(a)	2000	46	8	26	54	83	126	168	387
	2001	44	7	25	54	93	130	179	379
Volume de vendas médio a retalho por estabelecimento ^(a) (milhares de euros)	2000	7 264	1 086	3 220	8 321	14 747	17 073	28 805	72 774
	2001	7 544	1 469	3 588	8 369	17 675	20 774	32 132	72 774
Volume de vendas a retalho por m ² de área de exposição e venda ^(a) (euros)	2000	5 979	4 548	4 374	5 555	7 465	5 266	6 166	7 607
	2001	6 296	6 248	4 814	5 604	8 475	6 178	6 684	7 618
Nº de transacções realizadas por m ² de área de exposição e venda ^(a)	2000	326	786	367	324	371	218	236	227
	2001	362	950	412	359	388	267	234	231
Gasto médio por transacção realizada ^(a) (euros)	2000	18,4	5,8	11,9	17,1	20,1	24,2	26,1	33,5
	2001	17,4	6,6	11,7	15,6	21,8	23,2	28,6	32,9

^(a) Considerando apenas os estabelecimentos em funcionamento os 12 meses de cada ano

Quadro 1.2.2.1.4 Estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto - Distribuição do volume de vendas por tipo de produtos

Tipo de produtos	Ano	Escala de área de exposição e venda								%
		Norte	<400 m ²	400 a 999 m ²	1000 a 1999 m ²	2000 a 2499 m ²	2500 a 3999 m ²	4000 a 7999 m ²	8000 m ² ou mais	
Produtos alim., bebidas e tabaco	2000	65,4	82,0	75,4	70,3	58,4	63,6	62,6	58,2	
	2001	66,0	81,3	75,4	69,1	58,4	66,2	62,6	58,6	
Produtos farm., médicos, cosméticos e de higiene	2000	12,0	15,0	8,8	11,9	15,3	12,3	13,9	12,2	
	2001	11,9	14,2	7,8	11,9	15,3	11,4	13,9	12,7	
Produtos têxteis, de vestuário, calçado e artigos de couro	2000	3,8	0,6	3,0	1,5	5,1	5,5	5,2	5,4	
	2001	3,7	0,6	3,2	1,6	5,1	5,1	5,2	5,3	
Produtos para a casa e para o lar	2000	8,2	0,6	9,3	7,1	7,2	5,5	6,9	9,7	
	2001	8,2	0,9	9,9	7,0	7,2	5,1	6,9	9,9	
Outros	2000	10,6	1,8	3,6	9,2	14,0	13,1	11,4	14,5	
	2001	10,2	2,9	3,6	10,4	14,0	12,3	11,4	13,5	

Quadro 1.2.2.1.5 Estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar - Principais variáveis

Variável	Ano	Escalação de área de exposição e venda						
		Norte	<400 m ²	400 a 999 m ²	1000 a 1999 m ²	2000 a 2499 m ²	2500 a 7999 m ^{2(a)}	8000 m ² ou mais
Nº de estabelecimentos	2000	109	34	48	18	4	5	-
	2001	118	32	56	20	5	5	-
Nº pessoas ao serviço	2000	1 832	316	471	686	94	265	-
	2001	1 937	297	583	704	111	242	-
Volume de vendas a retalho (milhares de euros)	2000	223 240	34 002	55 833	90 351	13 997	29 058	-
	2001	266 661	33 596	73 882	111 981	13 668	33 533	-
Área de exposição e venda (m ²)	2000	86 911	7 999	26 399	25 259	8 561	18 693	-
	2001	97 754	7 585	31 630	29 293	10 561	18 685	-
Nº de transacções realizadas (milhares)	2000	11 560	2 906	2 662	4 498	616	879	-
	2001	12 476	2 503	3 284	5 146	643	900	-

^(a) Escalões agrupados por razões de segredo estatístico

Quadro 1.2.2.1.6

Estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar - Principais indicadores

Indicador	Ano	Escala de área de exposição e venda					
		Norte	<400 m ²	400 a 999 m ²	1000 a 1999 m ²	2000 a 2499 m ²	2500 a 7999 m ² (a) 8000 m ² ou mais
Área média de exposição e venda por estabelecimento (m ²)	2000	797	235	550	1 403	2 140	3 739
	2001	828	237	565	1 465	2 112	3 737
							-
Nº médio de pessoas ao serviço por estabelecimento (b)	2000	17	10	10	39	24	49
	2001	17	9	11	36	22	48
							-
Volume de vendas médio a retalho por estabelecimento(b) (milhares de euros)	2000	2 166	1 119	1 184	5 210	3 499	7 013
	2001	2 417	1 111	1 436	5 966	3 155	6 707
							-
Volume de vendas a retalho por m ² de área de exposição e venda (b) (euros)	2000	2 794	4 967	2 145	3 725	1 635	2 057
	2001	2 916	4 578	2 543	4 141	1 474	1 795
							-
Nº de transacções realizadas por m ² de área de exposição e venda (b)	2000	137	359	102	186	72	52
	2001	135	342	114	185	70	48
							-
Gasto médio por transacção realizada(b) (euros)	2000	20,3	13,8	20,9	20,0	22,7	39,9
	2001	21,6	13,4	22,4	22,4	21,1	37,3
							-

(a) Escalões agrupados por razões de segredo estatístico

(b) Considerando apenas os estabelecimentos em funcionamento os 12 meses de cada ano

Quadro 1.2.2.1.7 Estabelecimentos de Comércio por grosso - Principais variáveis

Variável	Ano	Escalação de área de exposição e venda					
		Norte	<400 m ²	400 a 999 m ²	1000 a 2499 m ² ^(a)	2500 a 3999 m ²	4000 m ² ou mais ^(a)
Nº de estabelecimentos	2000	20	-	3	5	6	6
	2001	21	-	4	5	6	6
Nº pessoas ao serviço	2000	1 363	-	108	105	210	940
	2001	1 370	-	120	124	219	907
Volume de vendas (milhares de euros)	2000	501 197	-	23 046	38 595	82 929	356 627
	2001	496 639	-	25 288	41 313	85 233	344 805
Área (m ²)	2000	79 307	-	2 538	9 439	18 819	48 511
	2001	80 072	-	3 303	9 439	18 819	48 511

^(a) Escalões agrupados por razões de segredo estatístico

Quadro 1.2.2.1.8 Estabelecimentos de Comércio por grosso - Principais indicadores

Indicador	Ano	Escalação de área de exposição e venda					
		Norte	<400 m ²	400 a 999 m ²	1000 a 2499 m ² ^(a)	2500 a 3999 m ²	4000 m ² ou mais ^(a)
Área média por estabelecimento (m ²)	2000	3 965	-	846	1 888	3 137	8 085
	2001	3 813	-	826	1 888	3 137	8 085
Nº médio de pessoas ao serviço por estabelecimento ^(b)	2000	68	-	36	21	35	157
	2001	70	-	38	25	37	174
Volume de vendas médio por estabelecimento ^(b) (milhares de euros)	2000	25 060	-	7 682	7 719	13 822	59 438
	2001	25 900	-	8 075	8 263	14 206	68 265
Volume de vendas por m ² de área ^(b) (euros)	2000	6 320	-	9 080	4 089	4 407	7 351
	2001	6 205	-	9 545	4 377	4 529	7 036

^(a) Escalões agrupados por razões de segredo estatístico

^(b) Considerando apenas os estabelecimentos em funcionamento os 12 meses de cada ano

1.2.2.2 Centro

Na região Centro estiveram em actividade, em 2001, 218 UCDR, mais 2,3% do que no ano anterior. Destas 218 Unidades, 72,9% tinham como actividade principal o Comércio a retalho alimentar e misto. A área de exposição e venda total, em 2001, era de 266 502 m², sendo que 67,6% e 21,7% eram de estabelecimentos cuja actividade principal era o Comércio a retalho alimentar e misto e Comércio por grosso, respectivamente.

Em 2001, as UCDR da região Centro empregavam 7 599 trabalhadores, mais 3,1% do que em 2000, das quais, 80,3% exerciam a sua actividade no Comércio a retalho alimentar e misto.

O volume de vendas realizado pelas UCDR em 2001 ascendeu a 1 375 milhões de euros, mais 7,6% do que em 2000. Os estabelecimentos do Comércio a retalho alimentar e misto representaram 71,5% do total.

O número de transacções efectuadas em 2001 foi de cerca de 53,6 milhões, um acréscimo de 4,1% em relação ao ano anterior.

Quadro 1.2.2.2.1 UCDR - Principais variáveis

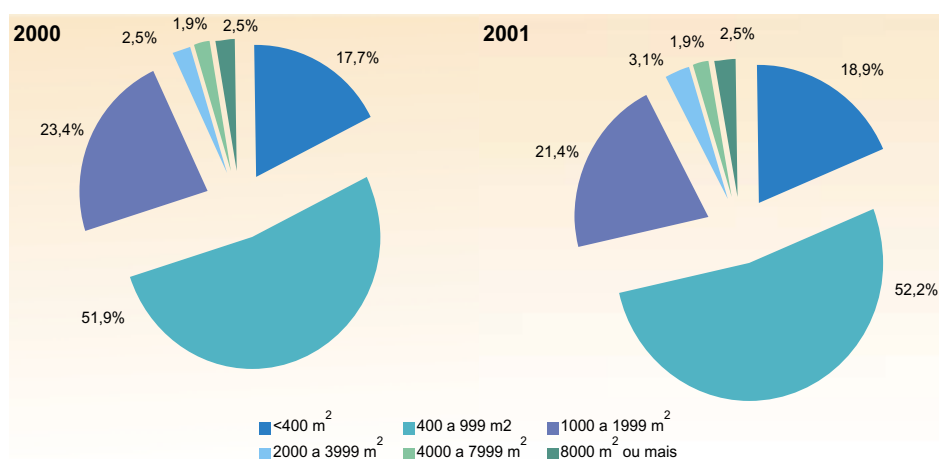
Principais variáveis	Total		Comércio a retalho alim. e misto		Comércio a retalho especializado não alimentar		Comércio por grosso	
	2000	2001	2000	2001	2000	2001	2000	2001
Nº de estab.	213	218	158	159	35	39	20	20
Área de exposição e venda total (m ²)	263 777	266 502	182 840	180 261	22 794	28 398	58 143	57 843
Nº de pessoas ao serviço	7 369	7 599	5 976	6 103	592	694	801	802
Volume de vendas total (milhares de euros)	1 278 065	1 375 152	899 011	983 185	106 471	104 813	272 583	287 154
Nº de transacções efectuadas (milhares)	51 464	53 560	48 595	49 800	2 869	3 760	X	X

Em 2001, na região Centro estiveram em actividade 159 estabelecimentos, mais um do que em 2000, cuja actividade principal era o Comércio

alimentar e misto, concentrando-se no escalão de 400 a 999 m² o maior número de estabelecimentos (83).

Gráfico 1.2.2.2.1

Distribuição dos estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

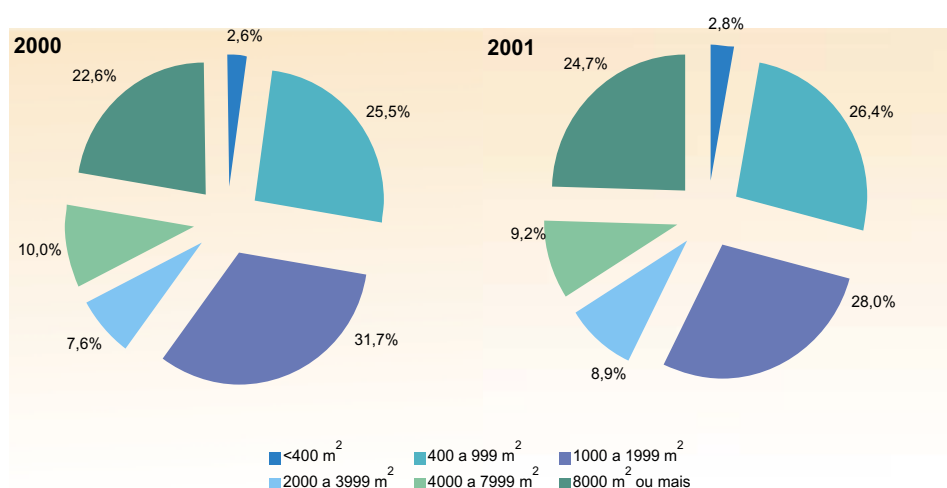


Em relação ao pessoal ao serviço, os estabelecimentos localizados na região em análise empregavam, em 2001, 6 103 trabalhadores (+2,1% face a 2000).

Pela leitura do gráfico seguinte, verifica-se que 25,5% e 26,4% do pessoal ao serviço trabalhava nos estabelecimentos de 400 a 999m² e 1 000 a 1 999 m², respectivamente.

Gráfico 1.2.2.2.2

Distribuição do pessoal ao serviço nos estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

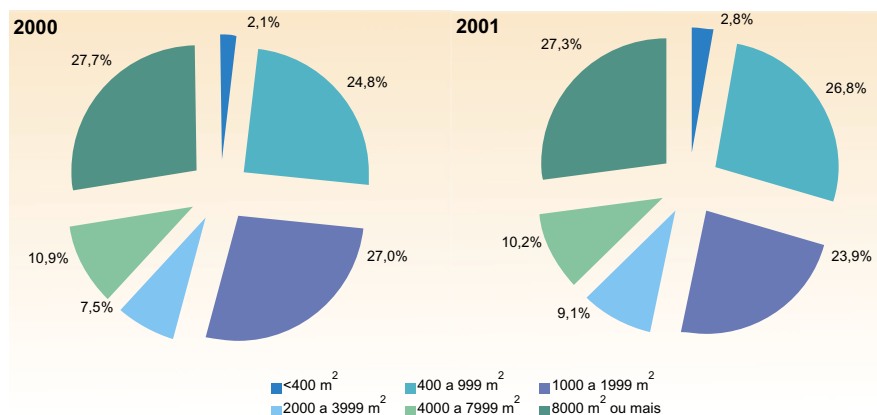


No ano de 2001, os estabelecimentos inquiridos realizaram um volume de vendas de cerca de 983 milhões de euros. Neste montante, os

estabelecimentos de maior superfície (2,5% do total) representaram 27,3%. Em relação a 2000 verificou-se um acréscimo de 9,4% no total das vendas.

Gráfico 1.2.2.2.3

Distribuição do volume de vendas a retalho dos estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



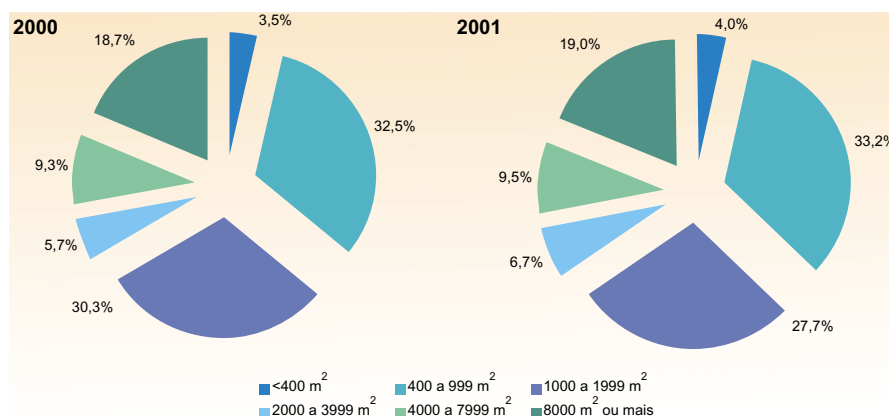
A área de exposição e venda sofreu uma redução de 1,4% de 2000 para 2001.

Os estabelecimentos com área de exposição e venda de 1 000 a 1 999 m², foram os que registaram

a redução mais acentuada, menos 9,8%. Os estabelecimentos do segundo escalão (400 a 999 m²) eram os que dispunham de maior de maior área de exposição e venda, 33,2% do total.

Gráfico 1.2.2.2.4

Distribuição da área de exposição e venda dos estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície

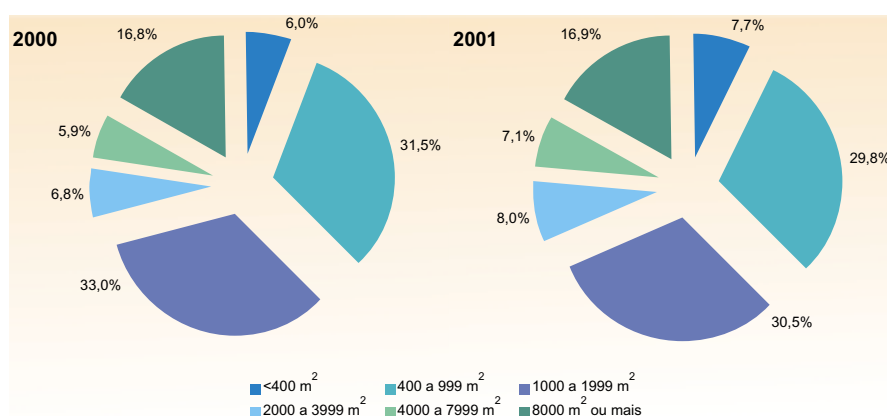


O número de clientes (transacções) em 2001 foi de cerca de 49,8 milhões, mais 2,5% milhões do que do que em 2000, sendo os estabelecimentos com área

de exposição e venda entre os 1 000 e os 1 999 m², os que maior afluência de clientes registaram, 30,5%.

Gráfico 1.2.2.2.5

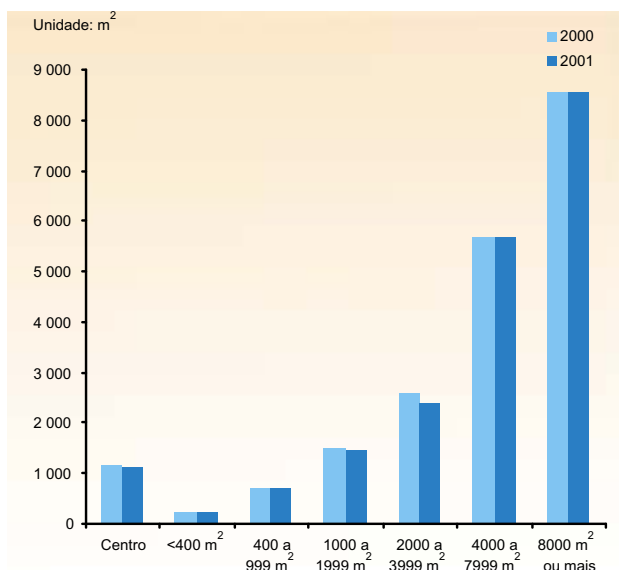
Distribuição do número de transacções realizadas nos estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



A área média de exposição e venda dos estabelecimentos na região Centro registou uma redução de 23 m² em 2001, face ao ano anterior. Os estabelecimentos com maior área eram, naturalmente, os que dispunham de maior área média, com 8 551 m².

Gráfico 1.2.2.2.6

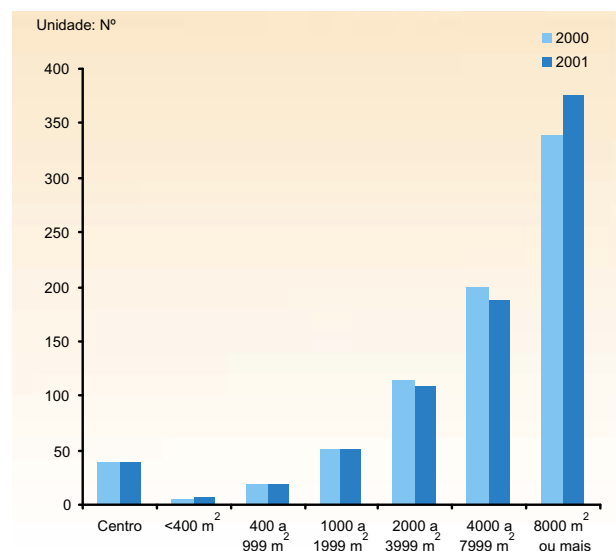
Área média de exposição e venda dos estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície



Nos anos em análise, cada estabelecimento empregava, em média, 39 trabalhadores. É de salientar a descida do número médio de pessoas ao serviço nos estabelecimentos de 4 000 a 7 999 m², menos 6,5%.

Gráfico 1.2.2.2.7

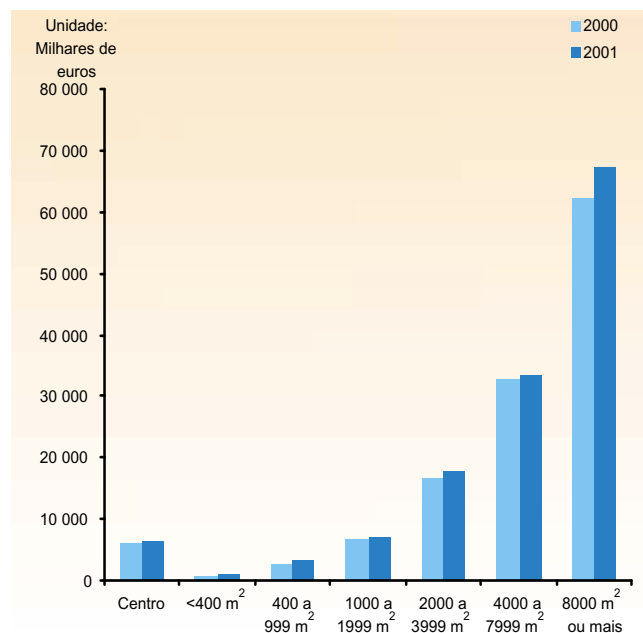
Nº médio de pessoas ao serviço por estabelecimento de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



Analisando o gráfico seguinte, pode observar-se que em todos os escalões se observou um acréscimo de volume de vendas médio por estabelecimento. No último escalão, o de maior área, foram realizados cerca de 67,2 milhões de euros em cada estabelecimento.

Gráfico 1.2.2.2.8

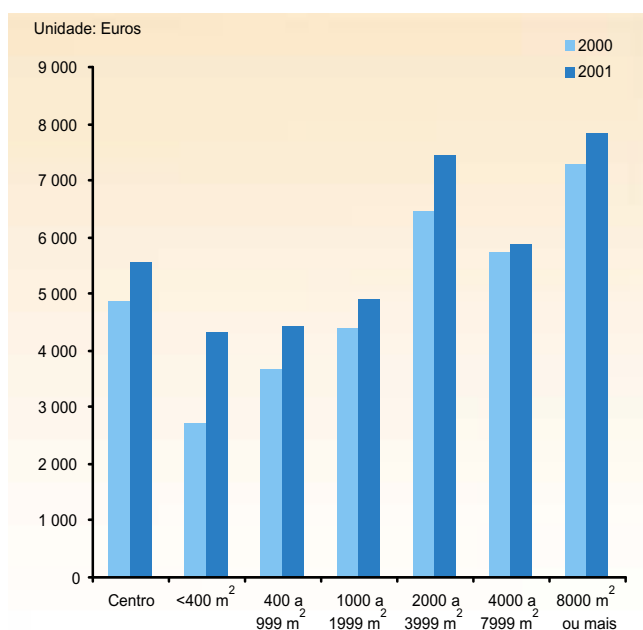
Volume de vendas médio a retalho por estabelecimento de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



Em relação ao volume de vendas por m² de área de exposição e venda em 2001, verificou-se um acréscimo de 14,1% em relação ao ano anterior. Por escalão de área de exposição e venda, os estabelecimentos com área entre 2 000 e 3 999 m², foram os que registaram um aumento mais significativo, 14,7%.

Gráfico 1.2.2.2.9

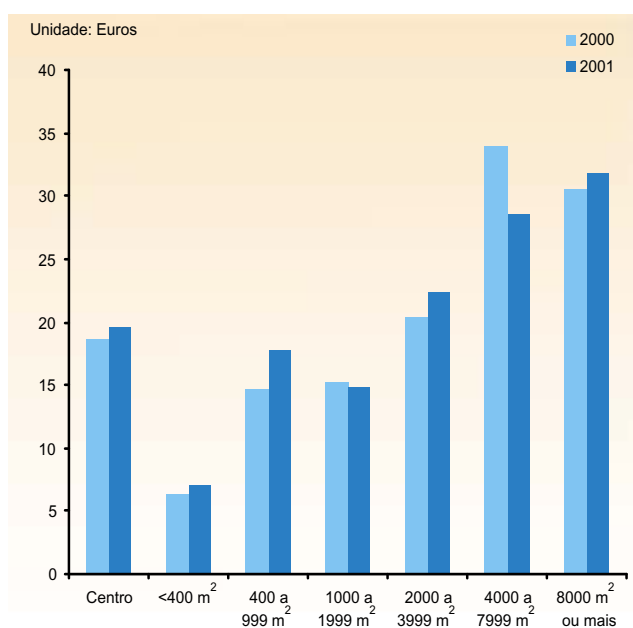
Volume de vendas a retalho por m² de área de exposição e venda dos estabelecimento de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície



Quanto ao número de transacções por m², verificou-se um acréscimo de 8,4%. Os estabelecimentos que realizaram mais transacções por m² foram os que dispunham de área até 400 m² (617) e área entre os 2 000 e os 3 999 m² (332).

Gráfico 1.2.2.2.11

Gasto médio por transacção realizadas nos estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



Na desagregação do volume de vendas por tipo de produtos, os produtos alimentares, bebidas e tabaco, representavam, em 2001, 66,1% (mais 0,1 do que em 2000). Estes produtos assumiam pesos significativos em todos os escalões de área de exposição e venda, variando entre os 53,1%, no escalão 2 500 a 3 999 m², e 79,6% no primeiro escalão.

Os produtos farmacêuticos, médicos, cosméticos e de higiene representavam 11,5% do total, sendo os estabelecimentos do escalão de 2 000 a 2 499 m² os que registaram um peso mais significativo, com 16,4%.

Gráfico 1.2.2.2.10

Número de transacções realizadas por m² de área de exposição e venda dos estabelecimento de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície

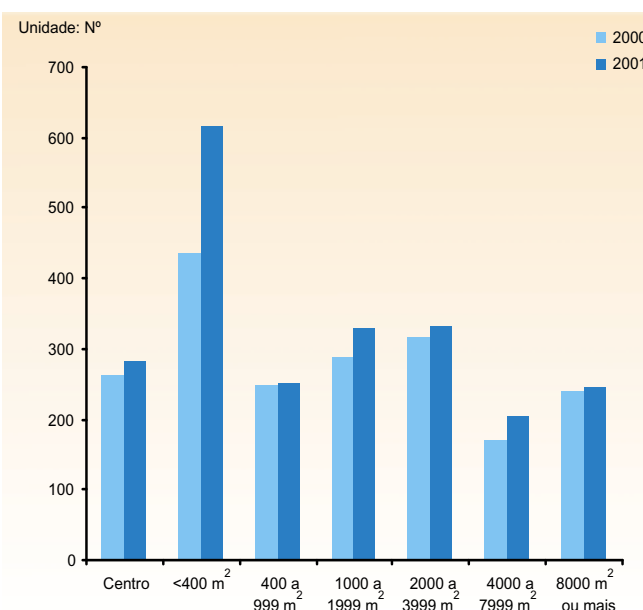
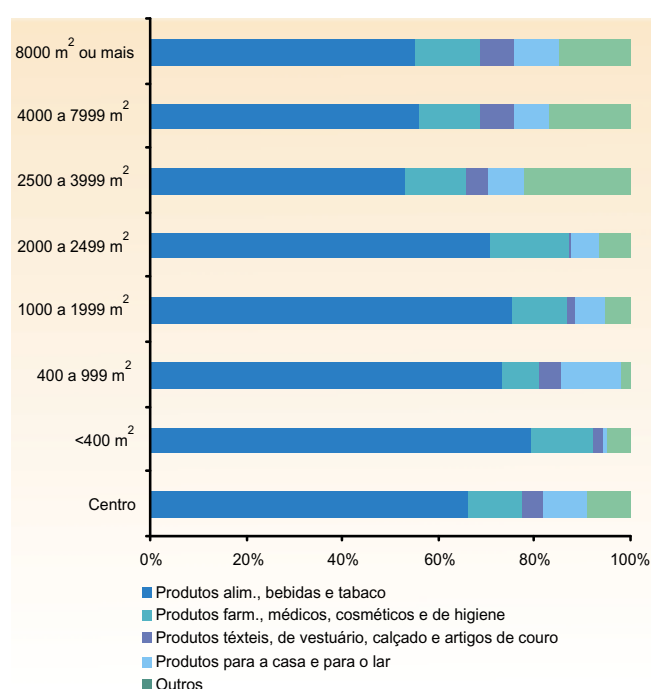


Gráfico 1.2.2.2.12

Distribuição do volume de vendas por tipo de produtos, segundo o escalão de superfície de exposição e venda, 2001

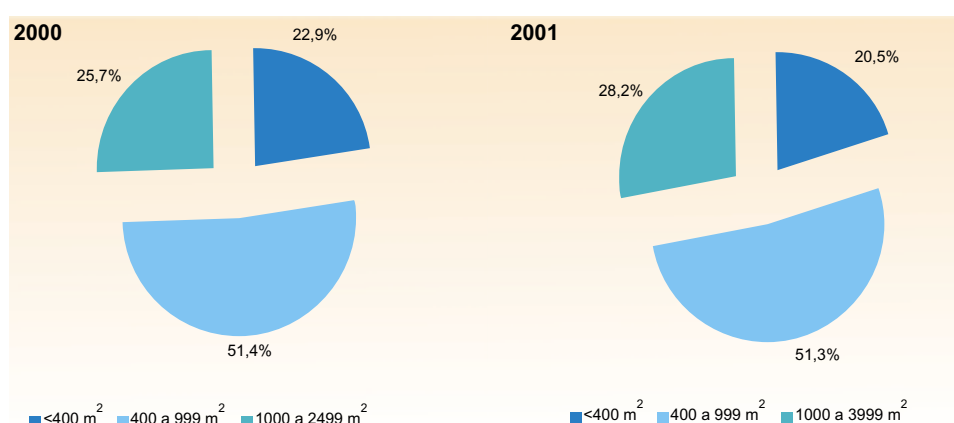


Em 2001, das 218 UCDR em actividade, 39 (17,9%) tinham como actividade principal o Comércio a retalho especializado não alimentar.

Os estabelecimentos com área de exposição e venda entre os 400 e 999 m², representavam 51,3% do total de estabelecimentos localizados na região Centro.

Gráfico 1.2.2.2.13

Distribuição dos estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

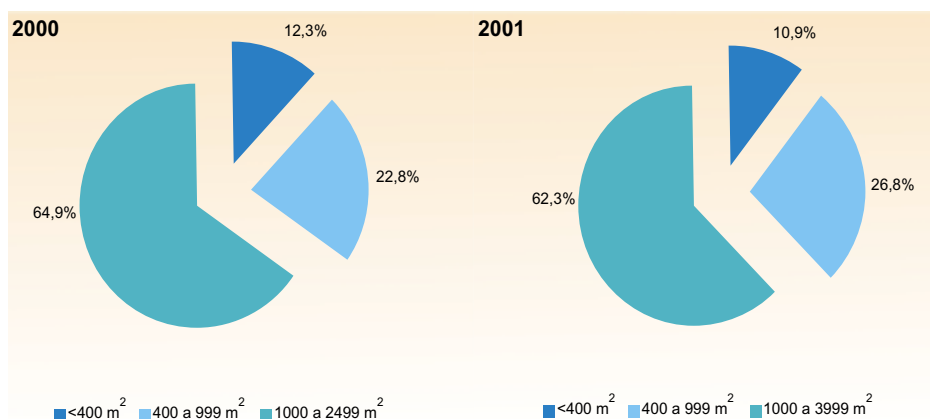


O número de pessoas ao serviço em 2001 era de 694, mais 17,2% do que no ano anterior. Os

estabelecimentos com área entre 1 000 e 3 999 m² empregavam 62,4% do total de trabalhadores.

Gráfico 1.2.2.2.14

Distribuição do pessoal ao serviço nos estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

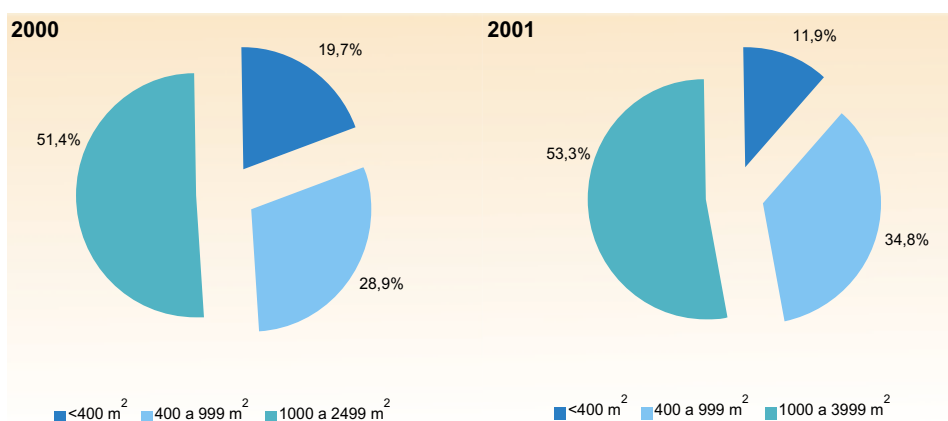


O volume de vendas total dos estabelecimentos, na região Centro, foi de cerca de 104,8 milhões de euros, um decréscimo de 1,6% face ao ano anterior,

tendo os estabelecimentos de 1 000 a 3 999 m², representado 53,3% do total das vendas.

Gráfico 1.2.2.2.15

Distribuição do volume de vendas a retalho dos estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

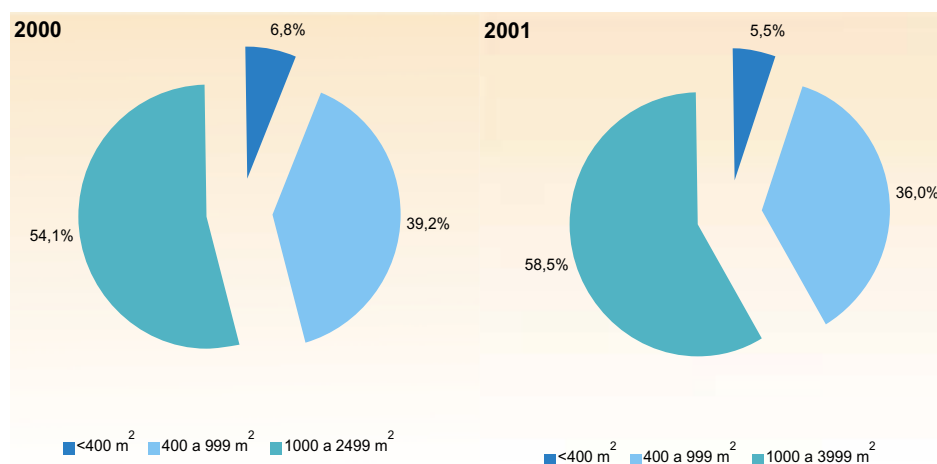


A área de exposição e venda disponibilizada pelos 39 estabelecimentos em 2001, teve um acréscimo de 24,6% em relação aos 35

estabelecimentos em actividade no ano anterior, passando de 22 794 m² para 28 398 m².

Gráfico 1.2.2.2.16

Distribuição da área de exposição e venda dos estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície

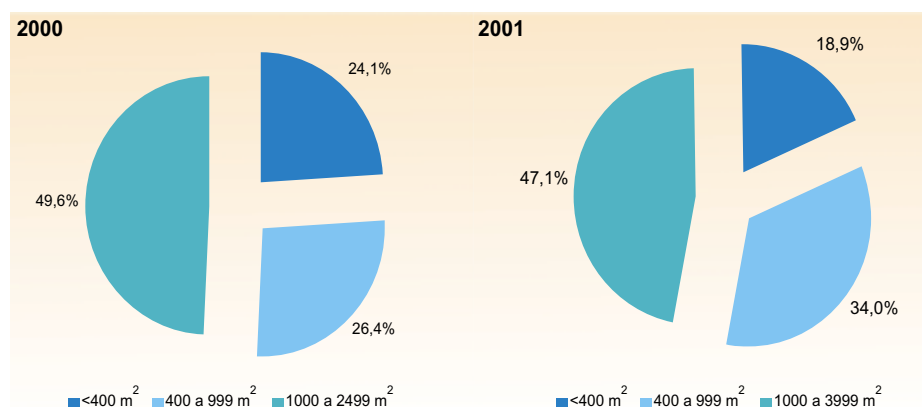


As Unidades Comerciais de Dimensão Relevante em actividade em 2001, efectuaram cerca 3,8 milhões de transacções, mais 31,0% do que os

observados em 2000, sendo de assinalar o acréscimo de 69,2% nos estabelecimentos do segundo escalão (400 a 999 m²).

Gráfico 1.2.2.2.17

Distribuição do número de transacções realizadas nos estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

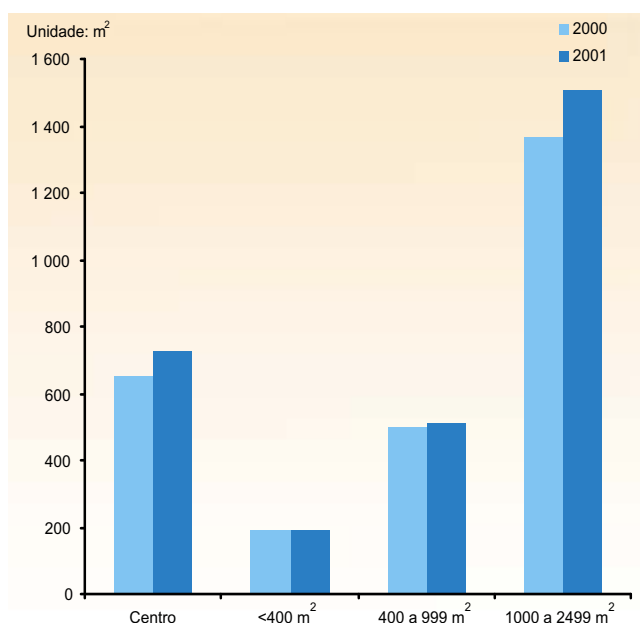


A área média de cada estabelecimento em 2001 era de 728 m², mais 11,8% do que no ano anterior, verificando-se o aumento mais significativo de área

média nos estabelecimentos com área de exposição e venda entre 1000 e 2499 m².

Gráfico 1.2.2.2.18

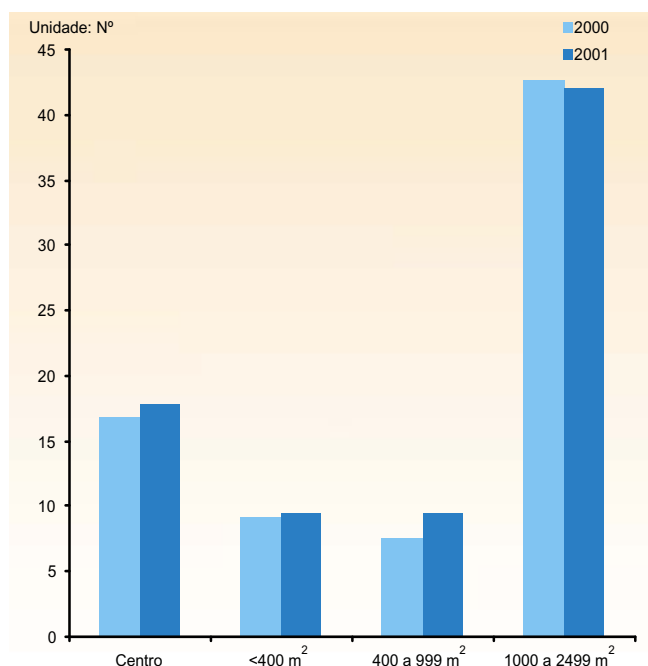
Área média de exposição e venda dos estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície



Os estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar localizados na região Centro, empregaram, em média, 18 trabalhadores em 2001 e 17 em 2000, verificando-se no segundo escalão o aumento mais pronunciado (mais duas pessoas por estabelecimento).

Gráfico 1.2.2.2.19

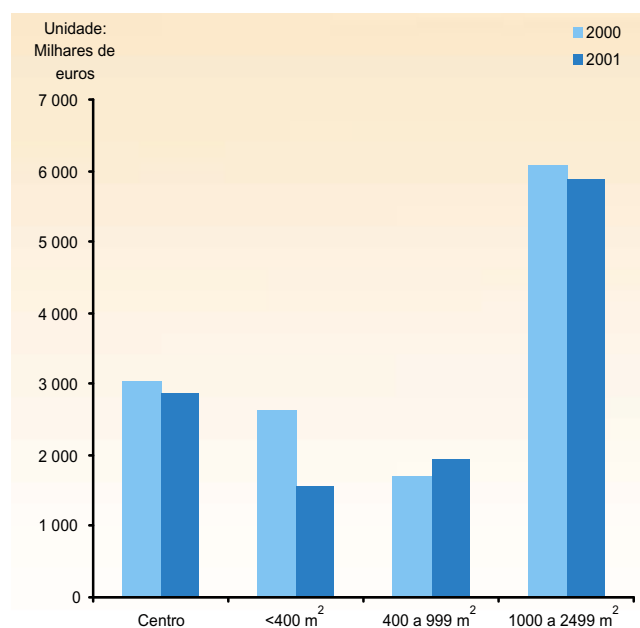
Nº médio de pessoas ao serviço por estabelecimento de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



O volume de vendas médio a retalho por estabelecimento, em funcionamento os doze meses do ano, atingiu os 2,9 milhões de euros em 2001, menos 6,0% do que no ano anterior, sendo de salientar o decréscimo verificado nos estabelecimentos com área de exposição e venda até 400 m² (- 40,4%).

Gráfico 1.2.2.2.20

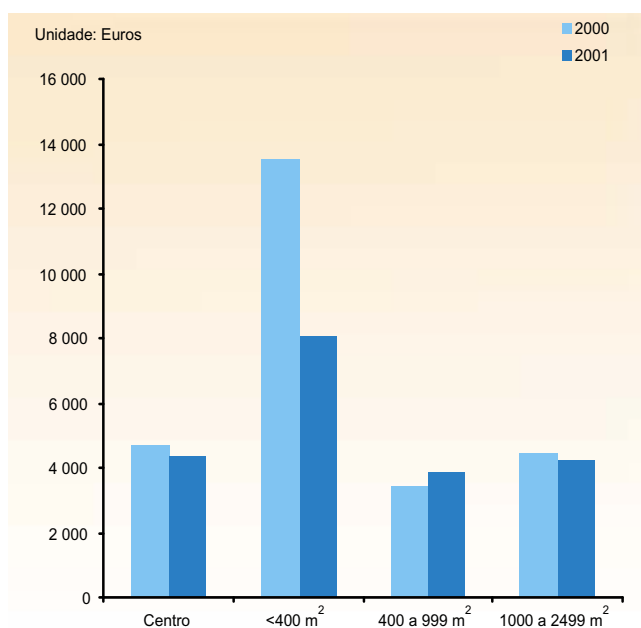
Volume de vendas médio a retalho por estabelecimento de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



O volume de vendas a retalho por m² de área de exposição e venda, registou o valor mais significativo nos estabelecimentos com área até 400 m², embora tenha registado um decréscimo acentuado em relação a 2000, de menos 40,4%.

Gráfico 1.2.2.2.21

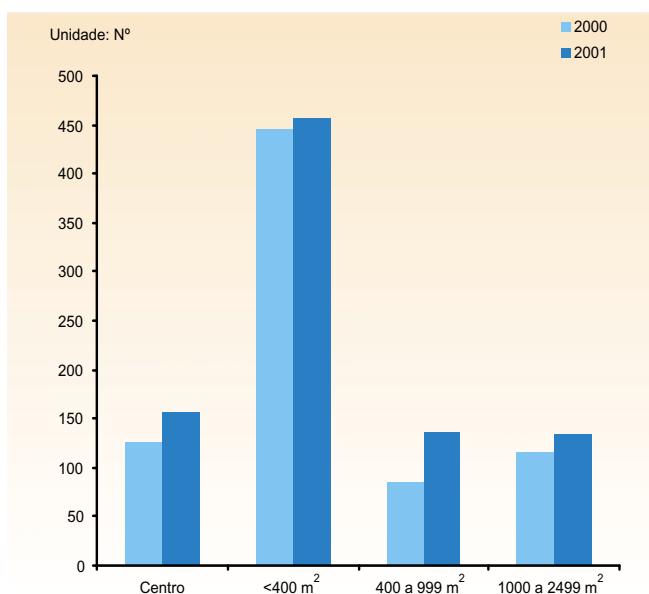
Volume de vendas a retalho por m² de área de exposição e venda dos estabelecimento de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície



O número de clientes em 2001 foi de 157 por m² de área de exposição e venda, mais 24,6% em relação a 2000, sendo de assinalar o acréscimo substancial do número de transacções efectuadas, mais 60,0%, nos estabelecimentos pertencentes ao escalão de 400 a 999 m² de área exposição e venda.

Gráfico 1.2.2.2.22

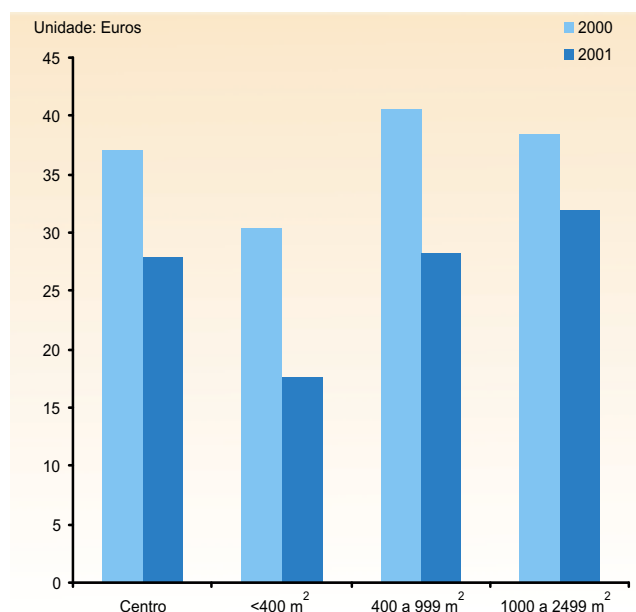
Número de transacções realizadas por m² de área de exposição e venda dos estabelecimento de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície



Nos estabelecimentos do Comércio a retalho especializado, cada cliente gastou, em média por transacção, em 2001, 27,8 euros, tendo o gasto médio mais elevado ocorrido nos estabelecimentos de 1 000 a 3 999 m² (31,9 euros).

Gráfico 1.2.2.2.23

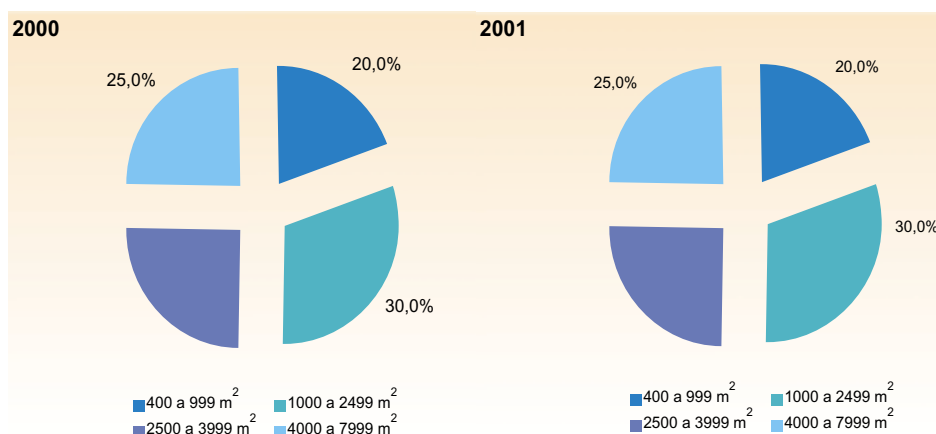
Gasto médio por transacção realizada nos estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



Em 2000 e 2001, estiveram em actividade 20 Unidades Comerciais de Dimensão Relevante, que exerciam a actividade de Comércio por grosso, sendo que 30,0% dos estabelecimentos dispunham de uma área de exposição e venda entre 1 000 a 2 499 m².

Gráfico 1.2.2.2.24

Distribuição dos estabelecimentos/armazéns de Comércio por grosso, segundo o escalão de área

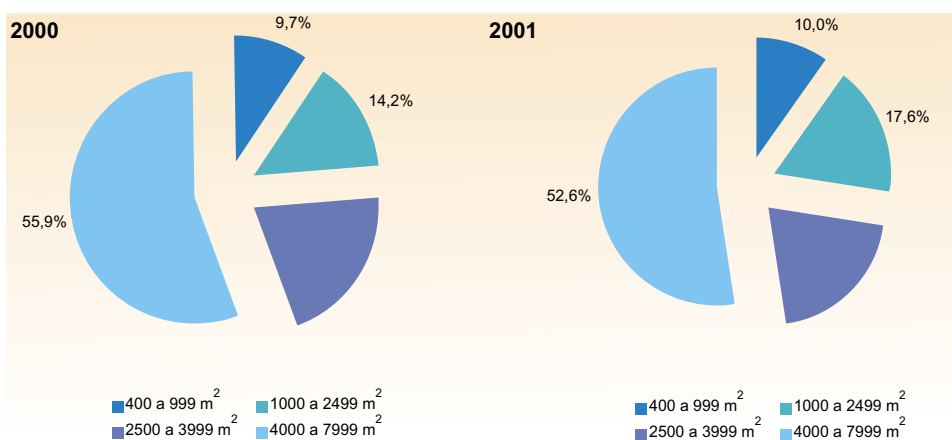


Em relação ao pessoal ao serviço, os estabelecimentos / armazéns comerciais que exerciam a actividade de Comércio por grosso, empregavam, em 2001, 802 trabalhadores, dos quais 52,6%

exerciam a sua actividade em estabelecimentos do escalão com mais de 4 000 m².

Gráfico 1.2.2.2.25

Distribuição do pessoal ao serviço nos estabelecimentos/armazéns de Comércio por grosso, segundo o escalão de área

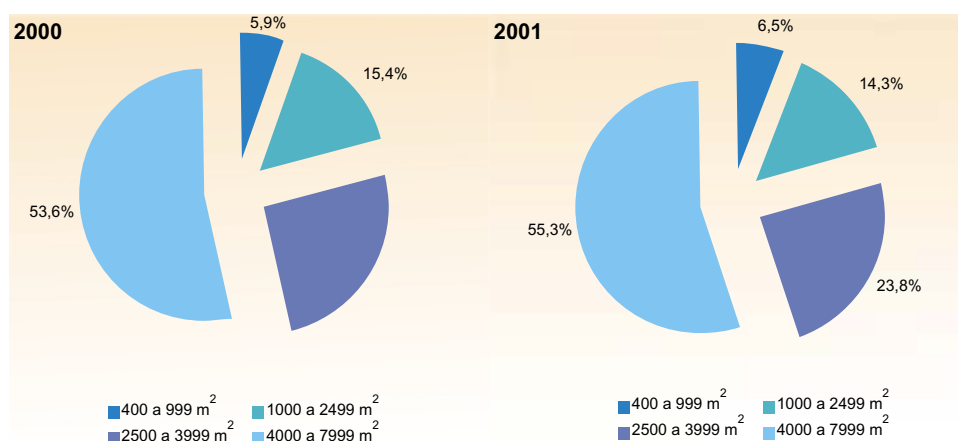


Na distribuição do volume de vendas dos estabelecimentos / armazéns comerciais em 2001, segundo o escalão de área, podemos observar que as vendas tiveram um acréscimo de 5,3% em relação

ao ano anterior, sendo que os estabelecimentos com área de 4 000 a 7 999 m² registaram o aumento mais significativo, 8,8%.

Gráfico 1.2.2.2.26

Distribuição do volume de vendas dos estabelecimentos/armazéns de Comércio por grosso, segundo o escalão de área

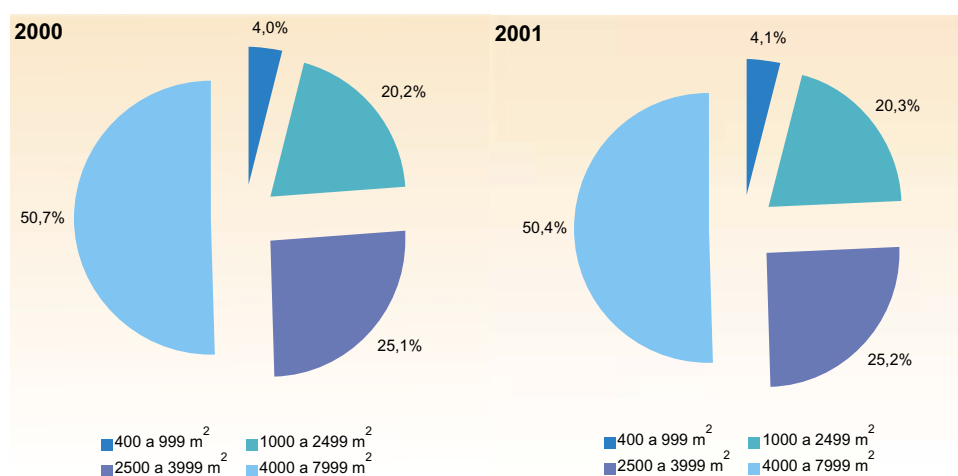


A área dos estabelecimentos / armazéns comerciais decresceu cerca de 0,5% em 2001 face ao ano anterior, sendo que no escalão com 8 000 m²

ou mais, a área atingia 50,4% do total dispunham de 50,4% da área total.

Gráfico 1.2.2.2.27

Distribuição da área dos estabelecimentos/armazéns de Comércio por grosso, segundo o escalão de área

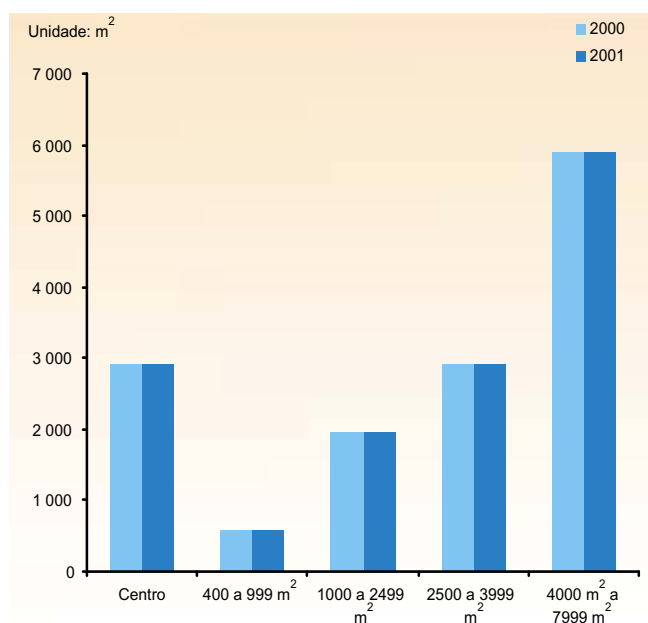


Nos anos em análise a área média por estabelecimento / armazém comercial era a mesma,

2 907 m², o mesmo se verificando em todos os escalões.

Gráfico 1.2.2.2.28

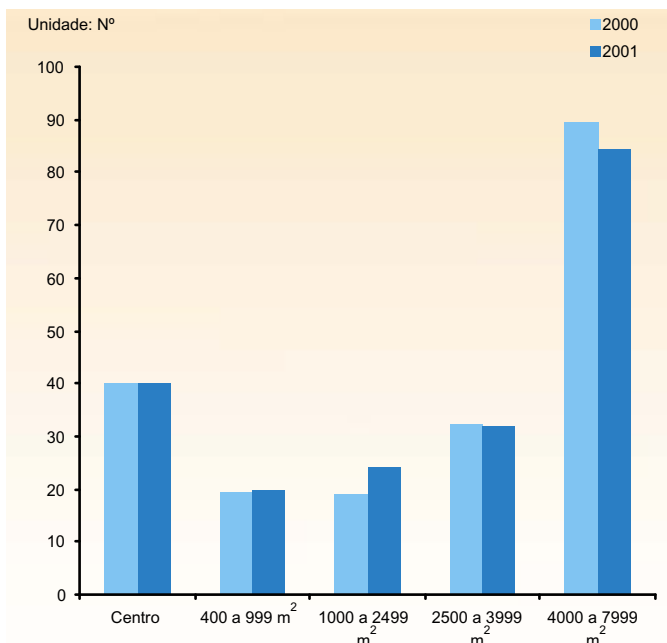
Área média dos estabelecimentos/armazéns de Comércio por grosso, segundo o escalão de área



O número médio de pessoas ao serviço foi de 40 trabalhadores por estabelecimento / armazém comercial em 2000 e 2001. As unidades com área de 1 000 a 2 499 m², registaram um acréscimo de 26,3%, enquanto no escalão de área entre 4 000 e 7 999 m² se observou uma redução de 6,7%.

Gráfico 1.2.2.2.29

Nº médio de pessoas ao serviço por estabelecimento/armazém de Comércio por grosso, segundo o escalão de área

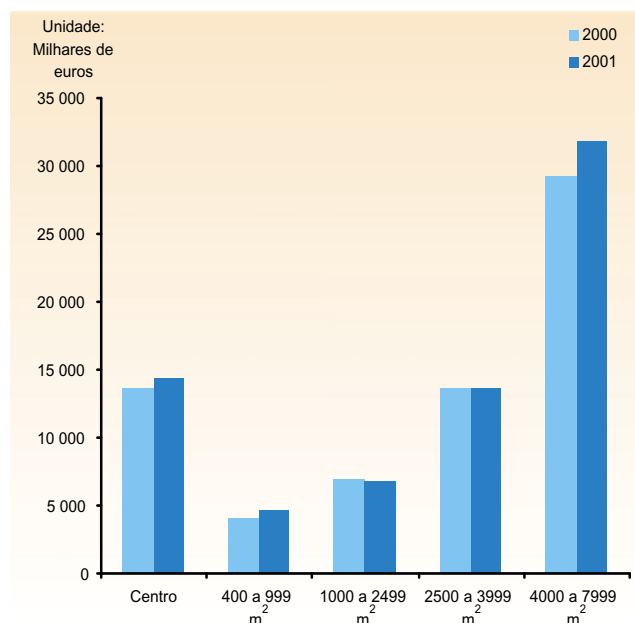


Em termos médios por estabelecimento / armazém comercial, verificou-se, em 2001, um acréscimo de 5,3% em relação a 2000. De referir que,

em todos os escalões de área, à excepção do escalão de 1 000 a 2 499 m², se observou um acréscimo do volume de vendas médio, sendo que no escalão de 4 000 a 7 000 m² este indicador atingiu 29,2 e 31,8 milhões de euros, em 2000 e 2001, respectivamente.

Gráfico 1.2.2.2.30

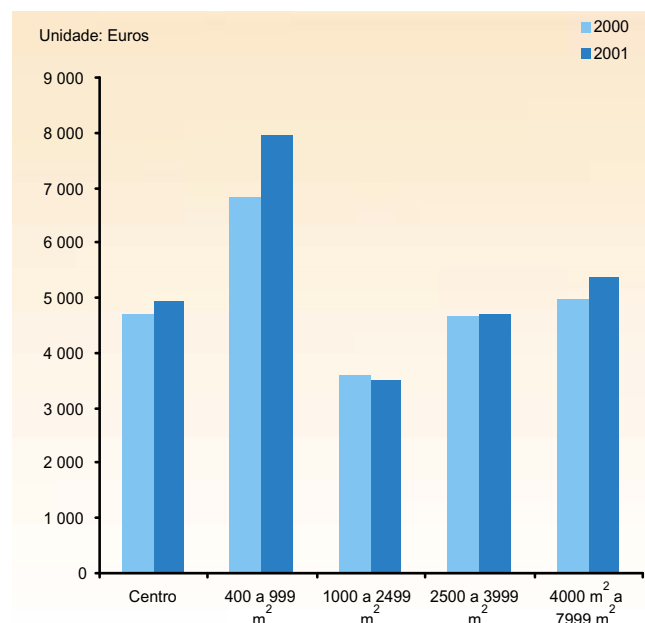
Volume de vendas médio por estabelecimento/armazém de Comércio por grosso, segundo o escalão de área



Em relação ao volume de vendas por m² observou-se um aumento 5,3% em relação a 2000, tendo os estabelecimentos com área 400 a 999 m² registado o acréscimo mais significativo, 15,9%.

Gráfico 1.2.2.2.31

Volume de vendas por m² de área dos estabelecimentos/armazéns de Comércio por grosso, segundo o escalão de área



Quadros dos principais resultados

Quadro 1.2.2.2.2 Estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto - Principais variáveis

Variável	Ano	Escalação de área de exposição e venda						
		Centro	<400 m ²	400 a 999 m ²	1000 a 1999 m ²	2000 a 3999 m ²	4000 a 7999 m ²	8000 m ² ou mais
Nº de estabelecimentos	2000	158	28	82	37	4	3	4
	2001	159	30	83	34	5	3	4
Nº pessoas ao serviço	2000	5 976	153	1 522	1 895	454	600	1 352
	2001	6 103	172	1 609	1 708	546	562	1 506
Volume de vendas a retalho (milhares de euros)	2000	899 011	18 901	222 791	242 736	67 159	98 019	249 405
	2001	983 185	27 328	263 174	234 605	89 322	100 060	268 697
Área de exposição e venda (m ²)	2000	182 840	6 450	59 374	55 380	10 370	17 061	34 205
	2001	180 261	7 165	59 861	49 949	12 020	17 061	34 205
Nº de transacções realizadas (milhares)	2000	48 595	2 917	15 320	16 014	3 290	2 885	8 169
	2001	49 800	3 829	14 855	15 190	3 993	3 512	8 422

(a) Escalões agrupados por razões de segredo estatístico

Quadro 1.2.2.2.3 Estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto - Principais indicadores

Indicador	Ano	Escala de área de exposição e venda						
		Centro	<400 m ²	400 a 999 m ²	1000 a 1999 m ²	2000 a 3999 m ^{2(a)}	4000 a 7999 m ²	8000 m ² ou mais
Área média de exposição e venda por estabelecimento (m ²)	2000	1 157	230	724	1 497	2 593	5 687	8 551
	2001	1 134	239	721	1 469	2 404	5 687	8 551
Nº médio de pessoas ao serviço por estabelecimento ^(b)	2000	39	6	18	51	114	200	338
	2001	39	6	20	51	109	187	377
Volume de vendas médio a retalho por estabelecimento ^(b) (milhares de euros)	2000	5 983	766	2 776	6 560	16 790	32 673	62 351
	2001	6 399	993	3 206	7 056	17 864	33 353	67 174
Volume de vendas a retalho por m ² de área de exposição e venda ^(b) (euros)	2000	4 876	2 731	3 647	4 383	6 476	5 745	7 291
	2001	5 564	4 337	4 425	4 893	7 431	5 865	7 855
Nº de transacções realizadas por m ² de área de exposição e venda ^(b)	2000	262	434	248	289	317	169	239
	2001	284	617	250	329	332	206	246
Gasto médio por transacção realizada ^(b) (euros)	2000	18,6	6,3	14,7	15,2	20,4	34,0	30,5
	2001	19,6	7,0	17,7	14,9	22,4	28,5	31,9

^(a) Escalões agrupados por razões de segredo estatístico

^(b) Considerando apenas os estabelecimentos em funcionamento os 12 meses de cada ano

Quadro 1.2.2.2.4 Estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto - Distribuição do volume de vendas por tipo de produtos

Tipo de produtos	Ano	Escalão de área de exposição e venda								%
		Centro	<400 m ²	400 a 999 m ²	1000 a 1999 m ²	2000 a 2499 m ²	2500 a 3999 m ²	4000 a 7999 m ²	8000 m ² ou mais	
Produtos alim., bebidas e tabaco	2000	66,0	82,2	73,6	74,0	71,0	53,0	56,0	56,0	
	2001	66,1	79,6	73,3	75,3	70,9	53,1	55,9	55,1	
Produtos farm., médicos, cosméticos e de higiene	2000	11,7	14,1	7,5	12,1	16,5	12,5	12,8	13,8	
	2001	11,5	12,4	7,6	11,7	16,4	12,5	12,8	13,7	
Produtos têxteis, de vestuário, calçado e artigos de couro	2000	4,4	1,0	4,7	1,4	0,2	4,8	7,1	6,4	
	2001	4,5	2,0	4,8	1,4	0,2	4,8	7,1	6,9	
Produtos para a casa e para o lar	2000	8,9	1,1	12,1	6,5	5,9	7,2	7,3	10,0	
	2001	8,7	0,8	12,1	6,3	5,9	7,2	7,3	9,4	
Outros	2000	9,0	1,6	2,0	6,0	6,4	22,5	16,8	13,8	
	2001	9,2	5,1	2,2	5,4	6,6	22,4	17,0	14,8	

Quadro 1.2.2.2.5 Estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar - Principais variáveis

Variável	Ano	Escalaão de área de exposição e venda							
		Centro	<400 m²	400 a 999 m²	1000 a 1999 m²	2000 a 2499 m²	2500 a 3999 m²	4000 a 7999 m²	8000 m² ou mais
Nº de estabelecimentos	2000	35	8	18	9 ^(a)		-	-	-
	2001	39	8	20			11 ^(b)	-	-
Nº pessoas ao serviço	2000	592	73	135	384 ^(a)		-	-	-
	2001	694	76	186			433 ^(b)	-	-
Volume de vendas a retalho (milhares de euros)	2000	106 471	20 987	30 735	54749 ^(a)		-	-	-
	2001	104 813	12 504	36 438			55871 ^(b)	-	-
Área de exposição e venda (m²)	2000	22 794	1 549	8 924	12321 ^(a)		-	-	-
	2001	28 398	1 549	10 234			16615 ^(b)	-	-
Nº de transacções realizadas (milhares)	2000	2 869	690	756	1422 ^(a)		-	-	-
	2001	3 760	709	1 279			1773 ^(b)	-	-

^(a) Terceiro e quarto escalões agrupados por razões de segredo estatístico

^(b) Terceiro, quarto e quinto escalões agrupados por razões de segredo estatístico

Quadro 1.2.2.2.6 Estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar - Principais indicadores

Indicador	Ano	Escalação de área de exposição e venda						
		Centro	<400 m ²	400 a 999 m ²	1000 a 2499 m ^{2(a)}	2500 a 3999 m ²	4000 a 7999 m ²	8000 m ² ou mais
Área média por estabelecimento (m ²)	2000	651	194	496	1 369	-	-	-
	2001	728	194	512	1 510	-	-	-
Nº médio de pessoas ao serviço por estabelecimento ^(b)	2000	17	9	8	43	-	-	-
	2001	18	10	10	42	-	-	-
Volume de vendas médio a retalho por estabelecimento ^(b) (milhares de euros)	2000	3 042	2 623	1 708	6 083	-	-	-
	2001	2 859	1 563	1 934	5 862	-	-	-
Volume de vendas a retalho por m ² de área de exposição e venda ^(b) (euros)	2000	4 671	13 549	3 444	4 444	-	-	-
	2001	4 356	8 072	3 843	4 266	-	-	-
Nº de transacções realizadas por m ² de área de exposição e venda ^(b)	2000	126	445	85	115	-	-	-
	2001	157	458	136	134	-	-	-
Gasto médio por transacção realizada ^(b) (euros)	2000	37,1	30,4	40,7	38,5	-	-	-
	2001	27,8	17,6	28,3	31,9	-	-	-

^(a) Escalões agrupados por razões de segredo estatístico

^(b) Considerando apenas os estabelecimentos em funcionamento os 12 meses de cada ano

Quadro 1.2.2.2.7 Estabelecimentos de Comércio por grosso - Principais variáveis

Variável	Ano	Escalação de área de exposição e venda						
		Centro	<400 m ²	400 a 999 m ²	1000 a 2499 m ² ^(a)	2500 a 3999 m ²	4000 a 7999 m ²	8000 m ² ou mais
Nº de estabelecimentos	2000	20	-	4	6	5	5	-
	2001	20	-	4	6	5	5	-
Nº pessoas ao serviço	2000	801	-	78	114	161	448	-
	2001	802	-	80	141	159	422	-
Volume de vendas (milhares de euros)	2000	272 583	-	16 088	42 106	68 297	146 092	-
	2001	287 154	-	18 652	41 172	68 436	158 894	-
Área (m ²)	2000	58 143	-	2 350	11 740	14 590	29 463	-
	2001	57 843	-	2 350	11 740	14 590	29 163	-

^(a) Escalões agrupados por razões de segredo estatístico

Quadro 1.2.2.2.8 Estabelecimentos de Comércio por grosso - Principais indicadores

Indicador	Ano	Escalação de área de exposição e venda						
		Centro	<400 m ²	400 a 999 m ²	1000 a 2499 m ² ^(a)	2500 a 3999 m ²	4000 a 7999 m ²	8000 m ² ou mais
Área média por estabelecimento (m ²)	2000	2 907	-	588	1 957	2 918	5 893	
	2001	2 907	-	588	1 957	2 918	5 893	
Nº médio de pessoas ao serviço por estabelecimento ^(b)	2000	40	-	20	19	32	90	
	2001	40	-	20	24	32	84	
Volume de vendas médio por estabelecimento ^(b) (milhares de euros)	2000	13 629	-	4 022	7 018	13 659	29 218	
	2001	14 358	-	4 663	6 862	13 687	31 779	
Volume de vendas por m ² de área ^(b) (euros)	2000	4 688	-	6 846	3 587	4 681	4 958	
	2001	4 939	-	7 937	3 507	4 691	5 393	

^(a) Escalões agrupados por razões de segredo estatístico

^(b) Considerando apenas os estabelecimentos em funcionamento os 12 meses de cada ano

1.2.2.3 Lisboa e Vale do Tejo

Na região de Lisboa e Vale do Tejo estavam localizadas 638 Unidades Comerciais de Dimensão Relevante em 2001, mais 6,9% do que em 2000.

Em 2001, 71,6% dos estabelecimentos exerciam a actividade de Comércio a retalho alimentar e misto, 5,6% o Comércio por grosso e 22,7% a actividade de Comércio a retalho especializado não alimentar.

A área de exposição e venda teve um acréscimo de 3,7% face a 2000.

Do total de pessoas ao serviço em 2001, 78,1% exerciam a sua actividade nos estabelecimentos de Comércio alimentar e misto.

Em 2001, o volume de vendas total nas unidades da região de Lisboa e Vale do Tejo, foi de 4 271,7 milhões de euros, mais 5,4% do que no ano anterior.

O número de transacções efectuadas em 2001, foi de cerca de 218 milhões, das quais 90,5% foram efectuadas em estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto.

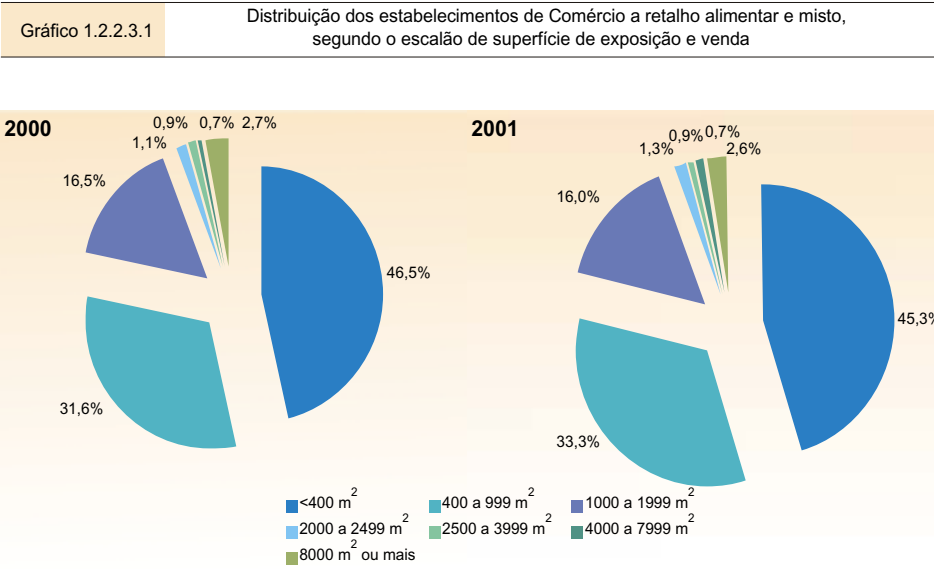
Quadro 1.2.2.3.1 UCDR - Principais variáveis

Principais variáveis	Total		Comércio a retalho alim. e misto		Comércio a retalho especializado não alimentar		Comércio por grosso	
	2000	2001	2000	2001	2000	2001	2000	2001
Nº de estab.	597	638	437	457	124	145	36	36
Área de exposição e venda total (m ²)	696 435	722 035	424 566	437 383	130 031	142 814	141 838	141 838
Nº de pessoas ao serviço	24 414	24 450	19 100	19 094	3 167	3 311	2 147	2 045
Volume de vendas total (milhares de euros)	4 052 039	4 271 724	2 827 929	2 987 802	456 832	503 999	767 278	779 923
Nº de transacções efectuadas (milhares)	197 067	217 784	175 937	197 015	21 130	20 769	X	X

A região de Lisboa e Vale do Tejo em 2001 dispunha de 457 estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, mais 4,6% do que no ano anterior.

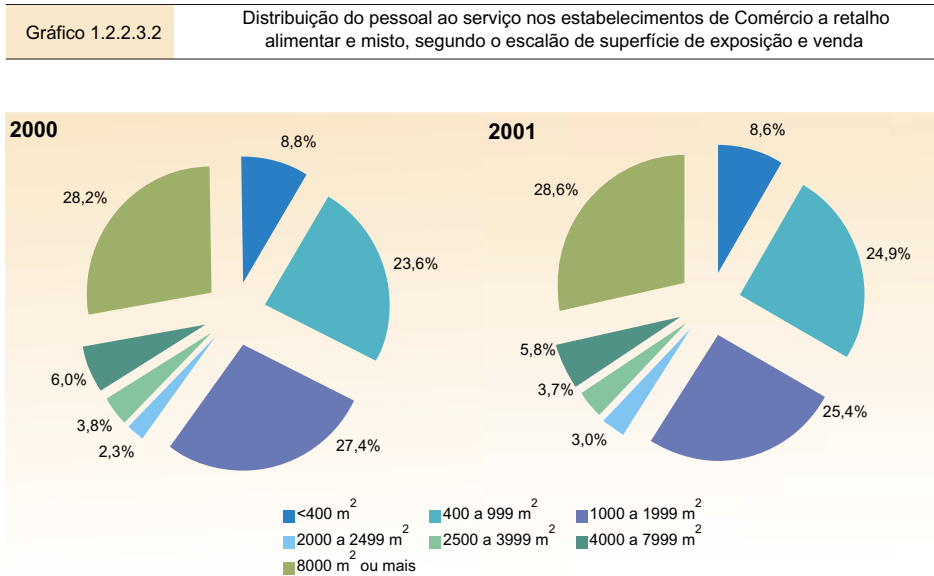
Na desagregação por escalão de área de exposição e venda, 45,3% dos estabelecimentos

dispunham de uma área até 400 m². O escalão com menor número de estabelecimentos era o de 4 000 a 7 999 m², com apenas 3.



Em 2001, os estabelecimentos sediados em Lisboa e Vale do Tejo empregavam 19 094 trabalhadores, menos 6 do que no ano anterior, dos

quais 28,6% exerciam a sua actividade nos estabelecimentos de maior dimensão (8 000 m² ou mais).

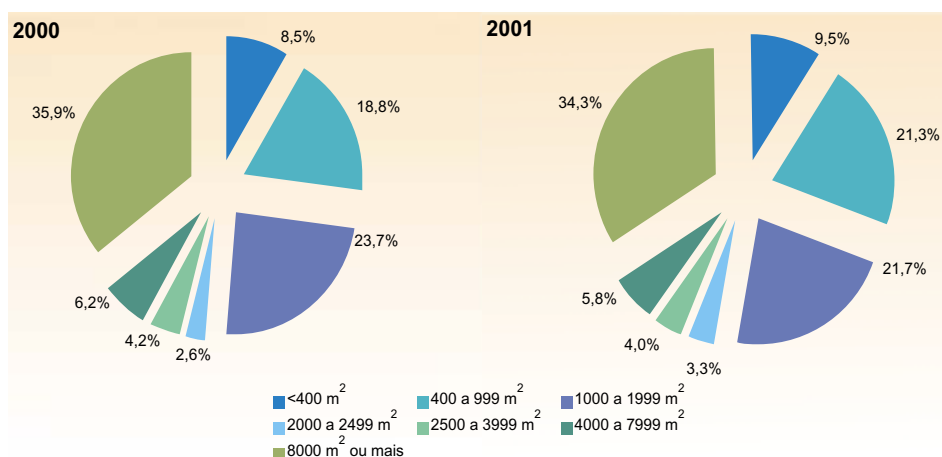


O volume de vendas a retalho atingiu, em 2001, os 2 987,8 milhões de euros, mais 5,7% do que no ano de 2000. Os estabelecimentos do último escalão

foram responsáveis por 34,3% das vendas, embora só dispusessem 2,6% do total.

Gráfico 1.2.2.3.3

Distribuição do volume de vendas a retalho dos estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

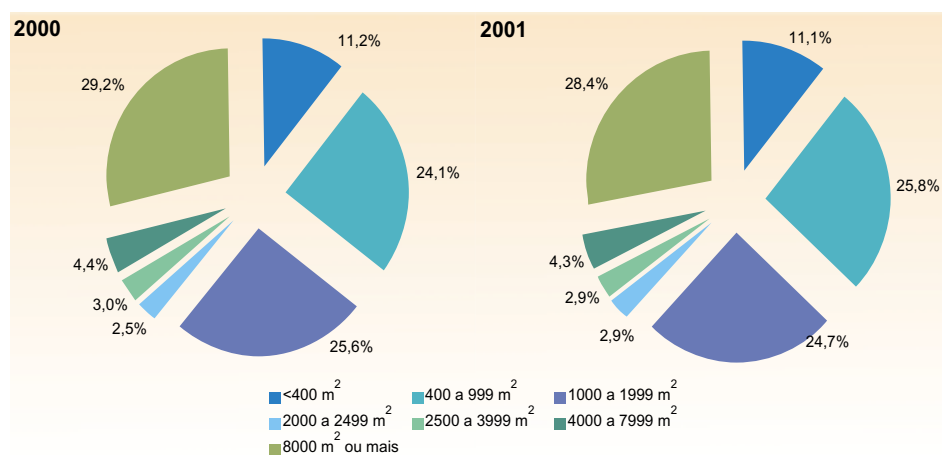


A área de exposição e venda dos estabelecimentos do Comércio a retalho alimentar e misto da região em análise, registou um acréscimo de 12 817 m² em relação ao ano anterior. Os

estabelecimentos do escalão de 2 500 a 3 999 m² detinham 2,9% da área total de exposição e venda oferecida, enquanto os estabelecimentos com 8 000 m² ou mais dispunham de 28,4% dessa área.

Gráfico 1.2.2.3.4

Distribuição da área de exposição e venda dos estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície

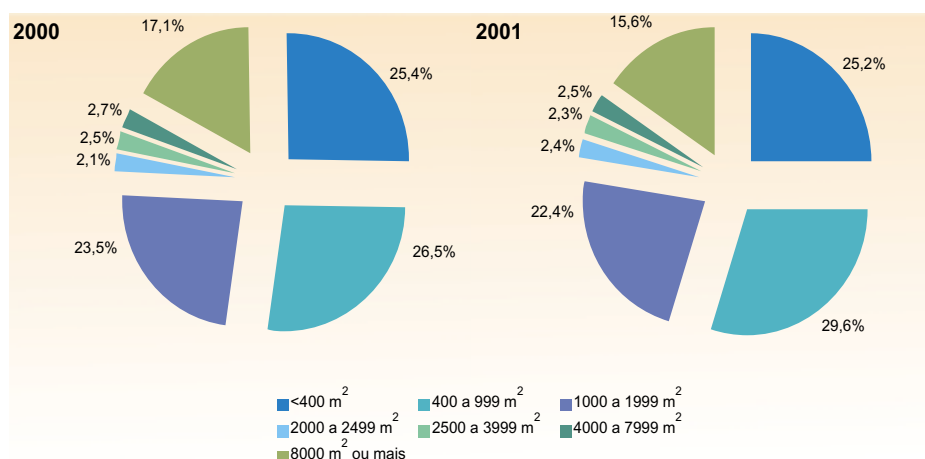


Dos cerca de 197 milhões de transacções efectuadas em 2001, mais 12,0% do que em 2000, pelos estabelecimentos do Comércio a retalho

alimentar e misto, 54,8% ocorreram nos estabelecimentos com área de exposição e venda até 999 m².

Gráfico 1.2.2.3.5

Distribuição do número de transacções realizadas nos estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



A área média de exposição e venda em 2000, era de 972 m², tendo decrescido 15 m² em 2001.

Os estabelecimentos com maior área média em 2001 eram os estabelecimentos de maior dimensão, 10 349 m², face aos 234 m² observados no escalão mais baixo.

Como se pode observar no gráfico abaixo, houve um decréscimo do número médio de pessoas ao serviço por estabelecimento, passando de 44 em 2000, para 42 em 2001.

Os escalões de 2 000 a 2 499 m² e de 8 000m² ou mais, foram os únicos que registaram acréscimos em 2001.

Gráfico 1.2.2.3.6

Área média de exposição e venda dos estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície

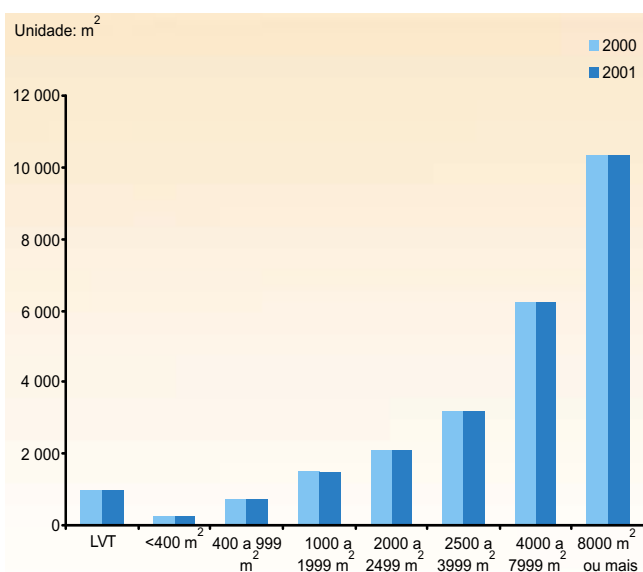
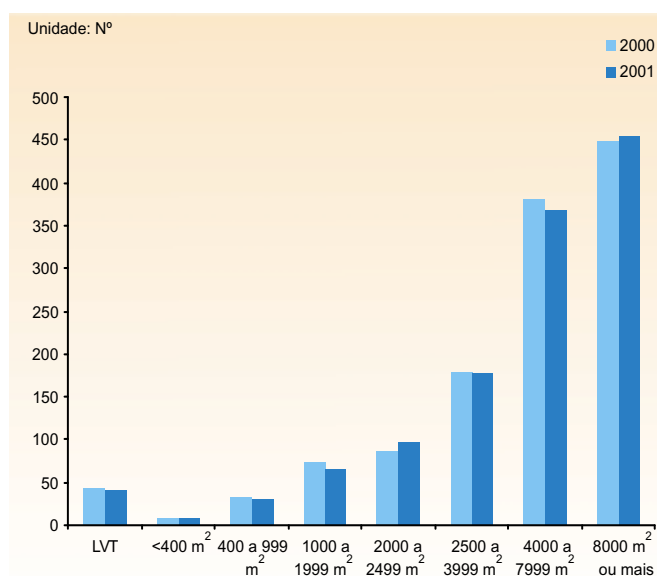


Gráfico 1.2.2.3.7

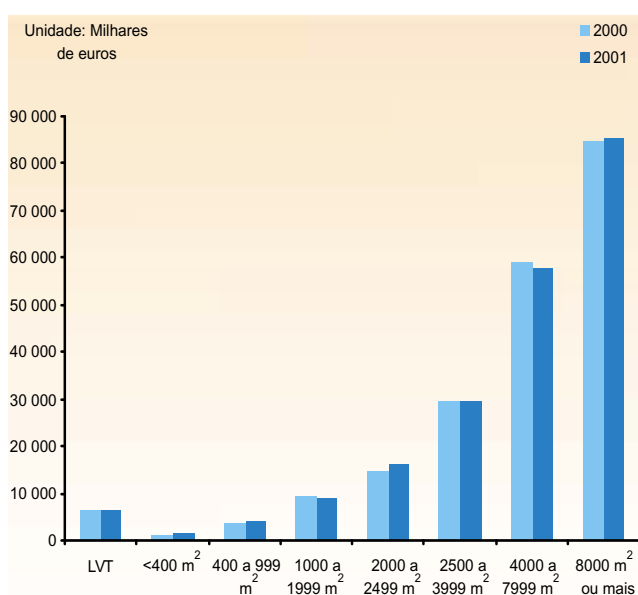
Nº médio de pessoas ao serviço por estabelecimento de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



O volume de vendas médio, relativo aos estabelecimentos abertos os doze meses do ano, atingiu 6,6 milhões de euros, mais 4 milhares de euros do que o observado em 2000. À excepção dos estabelecimentos do terceiro e sexto escalões (1 000 a 1 999 m² e 4 000 a 7 999 m²), todos os outros escalões registaram acréscimos nas vendas médias em relação ao ano anterior.

Gráfico 1.2.2.3.8

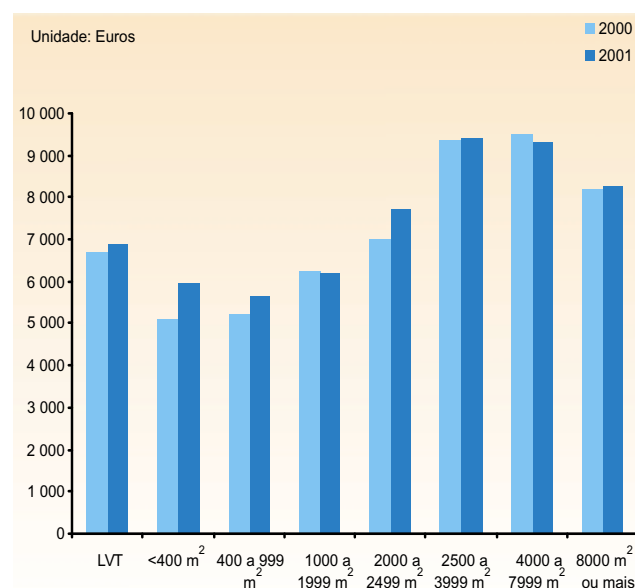
Volume de vendas médio a retalho por estabelecimento de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



Em relação ao volume de vendas a retalho por m² de área de exposição e venda, verificou-se um acréscimo de 2,7% face ao ano anterior. O volume de vendas médio mais elevado verificou-se no escalão de 2 500 a 3 999 m², enquanto o valor mais baixo ocorreu nos estabelecimentos de 400 a 999 m².

Gráfico 1.2.2.3.9

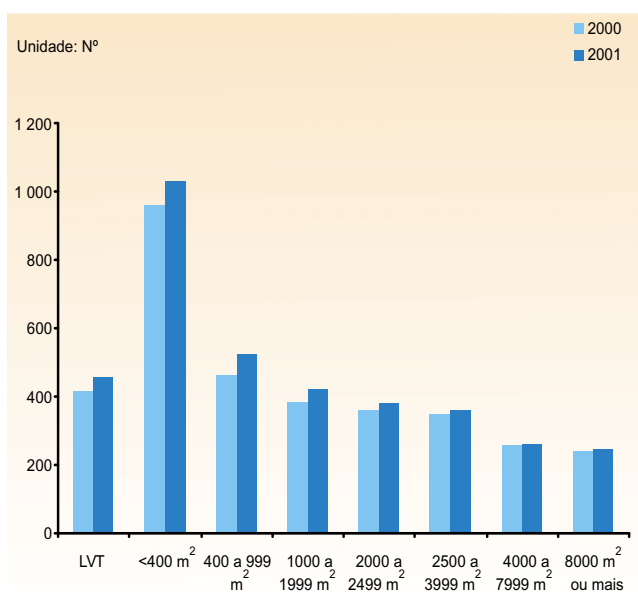
Volume de vendas a retalho por m² de área de exposição e venda dos estabelecimento de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície



O maior número de transacções efectuadas por m², verificou-se nos estabelecimentos de menos de 400 m², com 1 033 transacções por m², enquanto no escalão mais elevado esse valor foi de 247. Em todos os escalões se verificaram acréscimos de transacções por m² de 2000 para 2001.

Gráfico 1.2.2.3.10

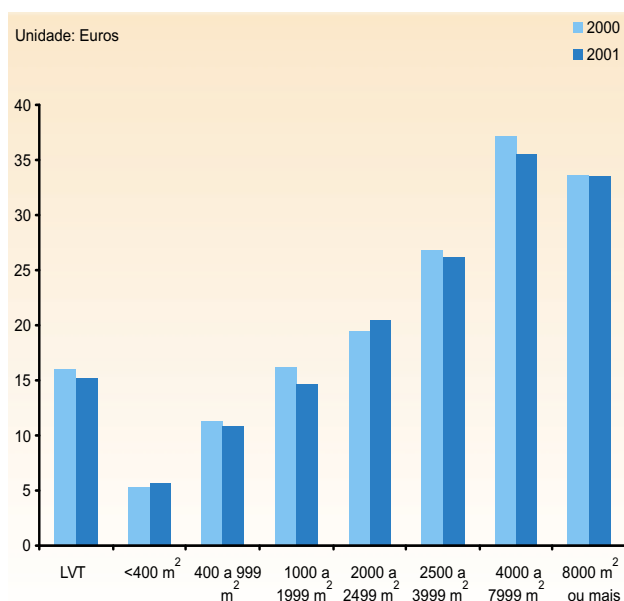
Número de transacções realizadas por m² de área de exposição e venda dos estabelecimento de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície



Na região de Lisboa e Vale do Tejo, cada cliente em 2001, gastou em média por transacção 15,2 euros, menos 0,9 euros do que em 2000, sendo o gasto médio mais elevado nos estabelecimentos dos dois últimos escalões: 35,4 euros e 33,5 euros, respectivamente.

Gráfico 1.2.2.3.11

Gasto médio por transacção realizadas nos estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



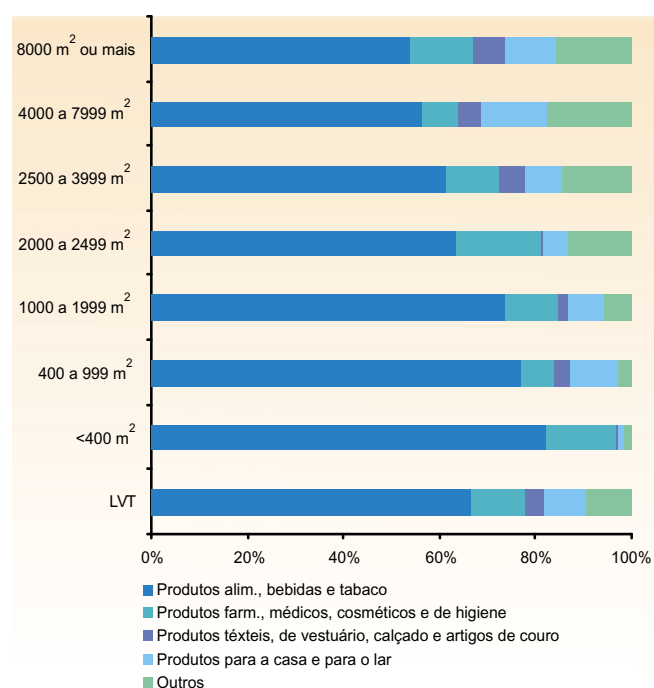
Na repartição do volume de vendas a retalho por tipo de produtos, o peso relativo dos produtos alimentares, bebidas e tabaco aumentou ligeiramente, representando 66,0% em 2000 e 66,5% em 2001.

A importância dos produtos alimentares era tanto maior quanto mais baixo o escalão de área de exposição e venda, indo desde 54,0% no último escalão até aos 82,2% no primeiro escalão.

Os produtos farmacêuticos, médicos, cosméticos e de higiene registaram um decréscimo de 0,2%, verificando-se o valor mais elevado (17,8%) no escalão de 2 000 a 2 499 m².

Gráfico 1.2.2.3.12

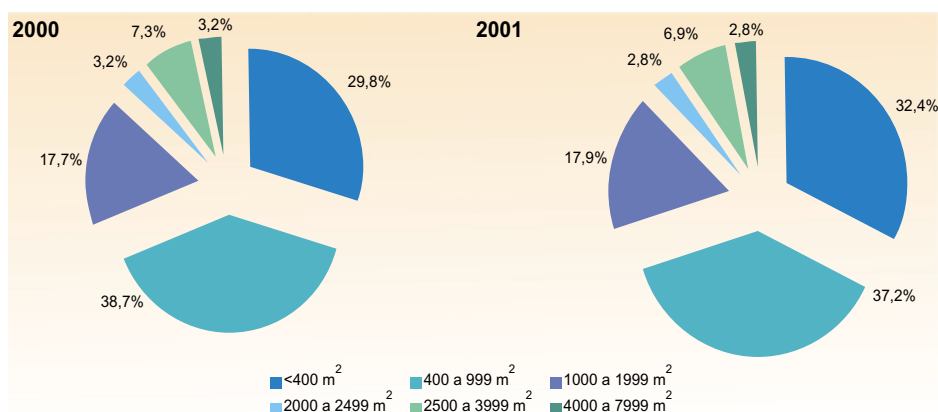
Distribuição do volume de vendas por tipo de produtos, segundo o escalão de superfície de exposição e venda, 2001



No que concerne ao número de estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar, verificou-se um acréscimo de 16,9% em 2001, face a 2000. O maior número de estabelecimentos, 37,2%, dispunham de uma área de exposição e venda entre os 400 e os 999 m².

Gráfico 1.2.2.3.13

Distribuição dos estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

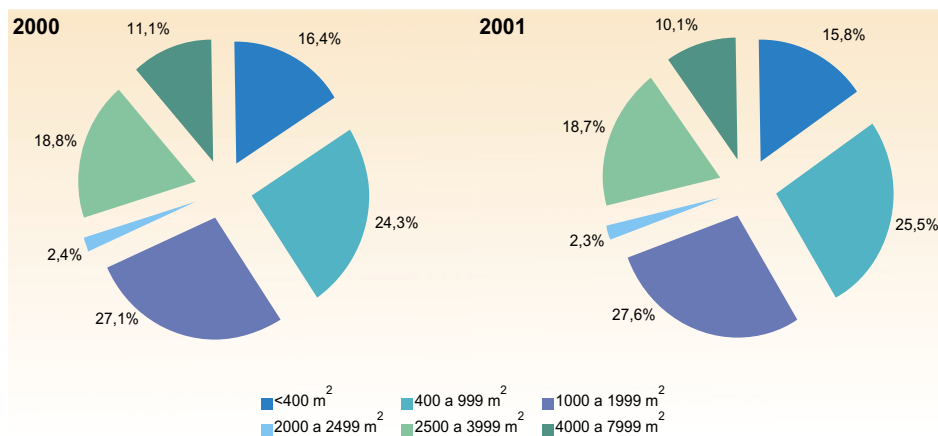


O número de pessoas ao serviço em 2001 era de 3 311, das quais 27,6% trabalhavam em estabelecimentos entre os 1 000 e os 1 999 m². Em relação a 2000 registou-se um acréscimo de 4,5 %

em relação ao total de pessoas ao serviço nos estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar.

Gráfico 1.2.2.3.14

Distribuição do pessoal ao serviço nos estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

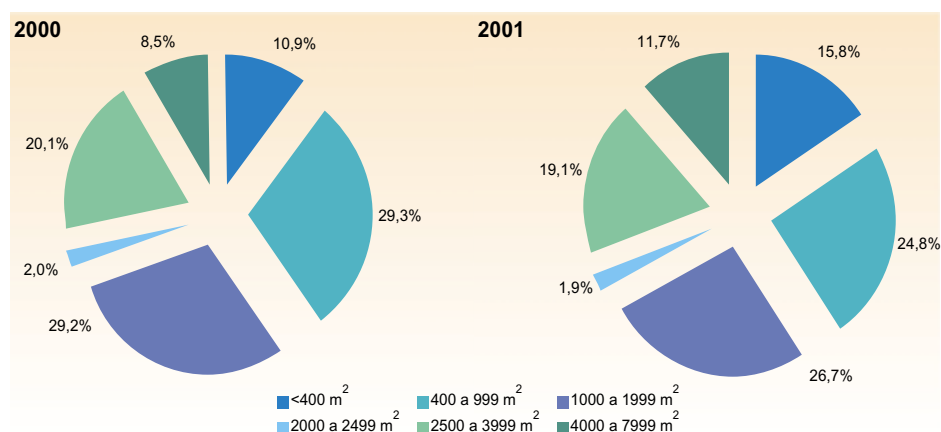


Em 2001, o volume de vendas dos estabelecimentos do Comércio a retalho especializado não alimentar ascendeu a cerca de 504,0 milhões de euros, representando um crescimento de 10,3%. Em todos os escalões de área de exposição e venda, à

excepção do segundo escalão, o volume de vendas aumentou, destacando-se o primeiro escalão com um acréscimo de 60,9%.

Gráfico 1.2.2.3.15

Distribuição do volume de vendas a retalho dos estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

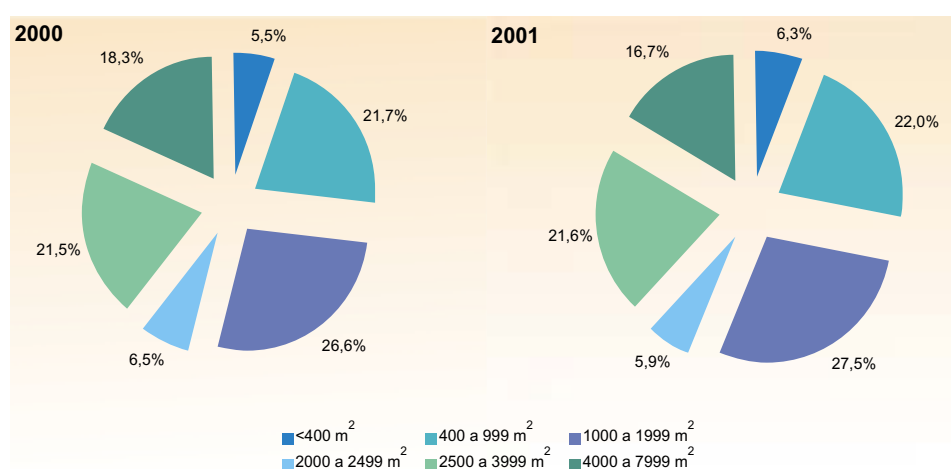


A área de exposição e venda total dos estabelecimentos em análise era de 142 814 m², mais 9,8% do que no ano transacto. Os estabelecimentos com área de exposição e venda entre os 1 000 e os

1 999 m² que significavam 17,9% do número total e detinham 27,5% da área total de exposição e venda oferecida.

Gráfico 1.2.2.3.16

Distribuição da área de exposição e venda dos estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície

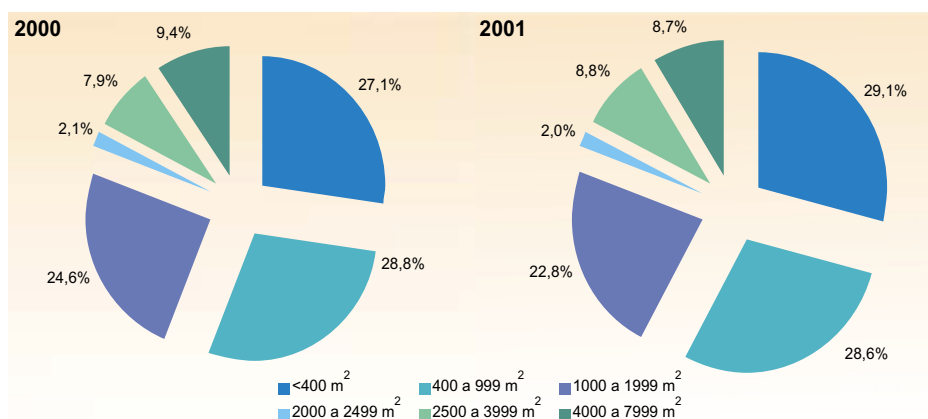


Em 2001, os estabelecimentos em análise na região de Lisboa e Vale do Tejo registaram 20,8 milhões de transacções, um acréscimo de 9,5% face ao valor observado em 2000. Os estabelecimentos

com área de exposição e venda até 400 m², realizaram 29,1% das transacções efectuadas.

Gráfico 1.2.2.3.17

Distribuição do número de transações realizadas nos estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



A área média por estabelecimento em 2001, teve um decréscimo de 6,1% em relação ao ano anterior.

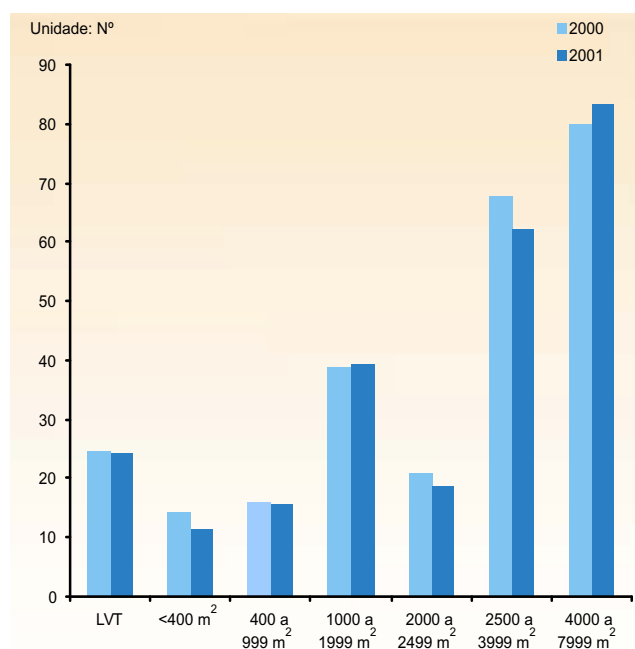
A área média dos estabelecimentos com 4 000 a 7 999 m², era a mais elevada com 5 951 m².

No extremo oposto os estabelecimentos com área até 400 m² detinham uma área média 192 m².

O escalão de 4 000 a 7 999 m², foi o único onde se registou um acréscimo de número médio de trabalhadores, passando 80 para 83.

Gráfico 1.2.2.3.19

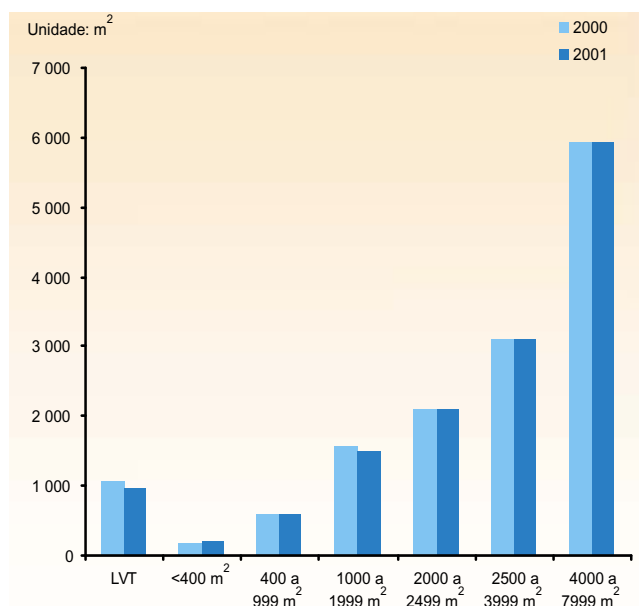
Nº médio de pessoas ao serviço por estabelecimento de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



No ano de 2001, o volume de vendas médio por estabelecimento registou um acréscimo de 4,3%, ascendo aos 3 954 milhares de euros. Pelo escalão de área de exposição e venda, pode-se observar que os estabelecimentos com área superior a 2 000 m², registaram uma redução nas vendas médias por estabelecimento.

Gráfico 1.2.2.3.18

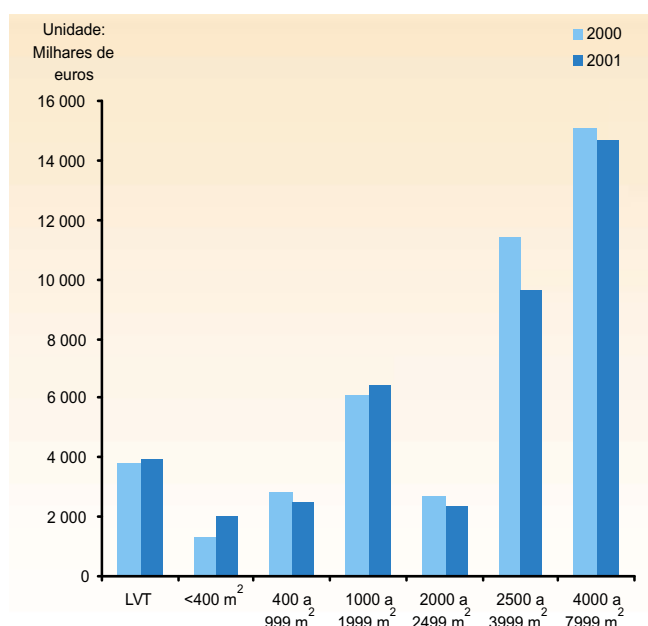
Área média de exposição e venda dos estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície



Da análise da estrutura de emprego nos estabelecimentos de Comércio a retalho especializado, verificou-se uma redução do número médio de pessoas ao serviço de 25 para 24 trabalhadores de 2000 para 2001.

Gráfico 1.2.2.3.20

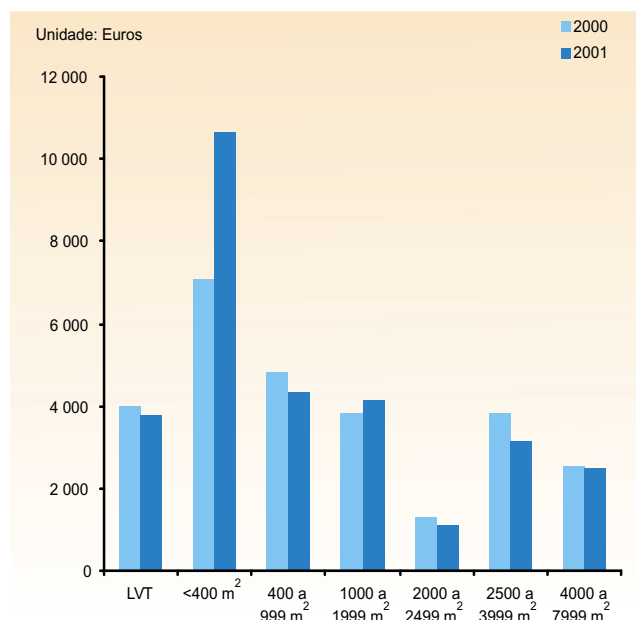
Volume de vendas médio a retalho por estabelecimento de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



Os estabelecimentos com área até 400 m², registaram o volume de vendas a retalho por m², mais significativo, atingindo os 10 651 euros. No extremo oposto, os estabelecimentos de 2 000 a 2 499 m² ficaram-se pelos 1 112 euros por m² de área de exposição e venda. Os estabelecimentos do primeiro escalão foram também os que tiveram um acréscimo mais elevado, com mais 50,3 face ao ano anterior.

Gráfico 1.2.2.3.21

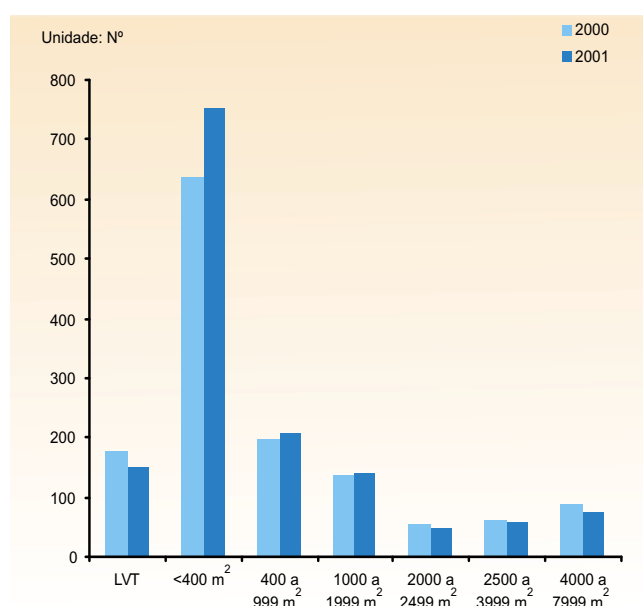
Volume de vendas a retalho por m² de área de exposição e venda dos estabelecimento de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície



Em relação ao número de transacções realizadas por m² de exposição e venda, pode observar-se, através do gráfico seguinte, que os estabelecimentos com área até 400 m², registaram o valor mais elevado atingindo as 753 transacções por m², enquanto os estabelecimentos com área de 2 000 a 2 499 m² não ultrapassaram as 48 transacções.

Gráfico 1.2.2.3.22

Número de transacções realizadas por m² de área de exposição e venda dos estabelecimento de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície

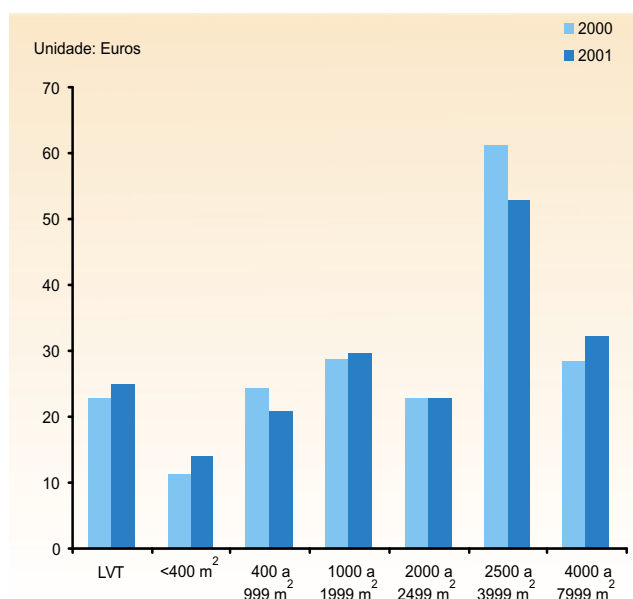


Considerando o volume de vendas dos estabelecimentos que estiveram abertos todos os meses do ano, o valor médio de cada transacção foi de 25,1 euros, mais 2,4 euros do que em 2000.

Por escalão de área de exposição e venda o gasto médio mais elevado, ocorreu nos estabelecimentos de 2 500 a 3 999 m², atingindo os 52,7 euros por transacção efectuada.

Gráfico 1.2.2.3.23

Gasto médio por transacção realizada nos estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

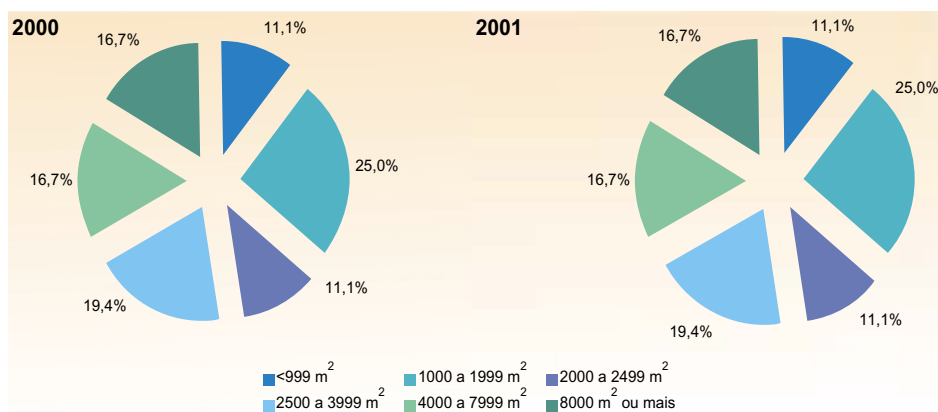


O número de estabelecimentos / armazéns comerciais com actividade de comércio por grosso, localizados na região de Lisboa e Vale do Tejo, era de

36 em qualquer dos anos em análise, dos quais 25,0% dispunham de área entre os 1 000 e 1 999 m².

Gráfico 1.2.2.3.24

Distribuição dos estabelecimentos/armazéns de Comércio por grosso, segundo o escalão de área

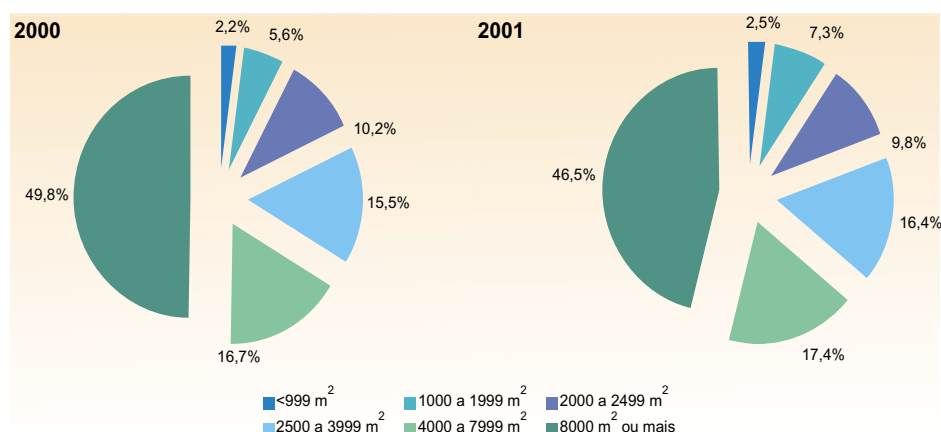


No que concerne ao pessoal ao serviço, observou-se um decréscimo de 4,8% nos estabelecimentos / armazéns comerciais. Por escalão de área de exposição e venda, a redução mais

significativa ocorreu nos estabelecimentos de maior dimensão onde se verificou um decréscimo de 11,0% face ao ano anterior.

Gráfico 1.2.2.3.25

Distribuição do pessoal ao serviço nos estabelecimentos/armazéns de Comércio por grosso, segundo o escalão de área

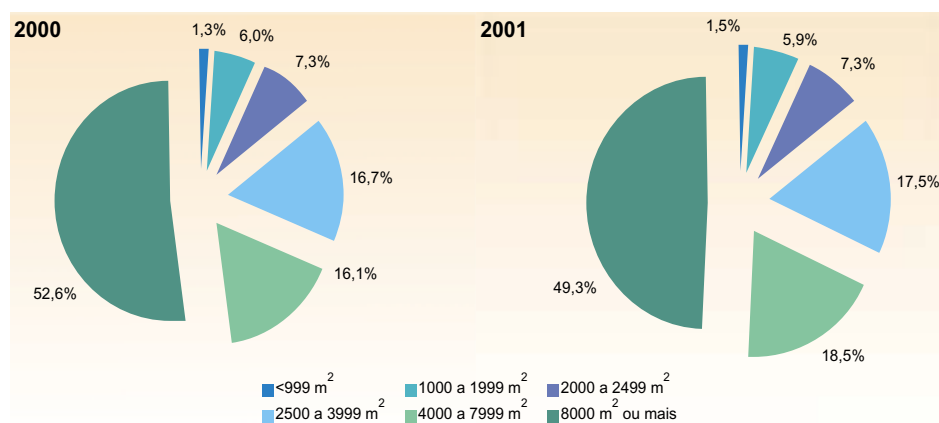


Os estabelecimentos / armazéns comerciais inquiridos representaram cerca de 779,9 milhões de euros em 2001, mais 1,6% do que em 2000. Cerca de 49,3% do volume de vendas foi efectuado nos

estabelecimentos com maior dimensão (8 000 m² ou mais), enquanto os estabelecimentos de menor dimensão (menos de 400 m²) não ultrapassaram 1,5% das vendas.

Gráfico 1.2.2.3.26

Distribuição do volume de vendas dos estabelecimentos/armazéns de Comércio por grosso, segundo o escalão de área

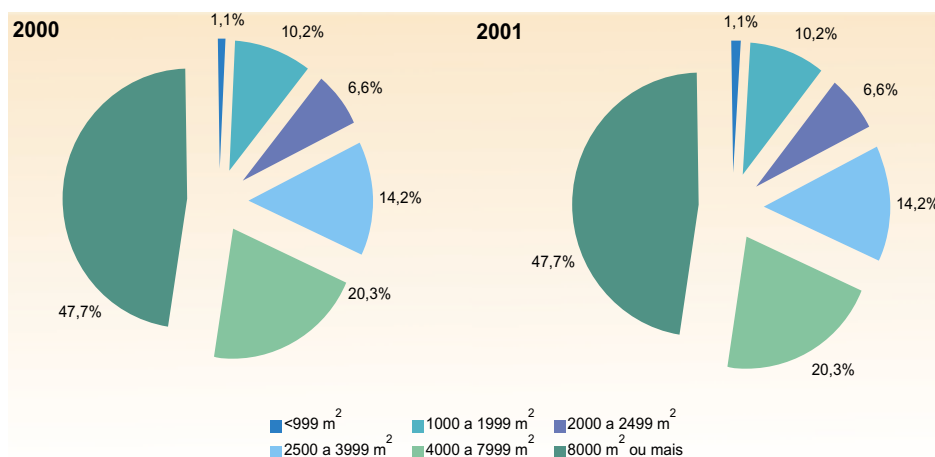


Nos anos em análise, os estabelecimentos / armazéns comerciais dispunham da mesma área: 141 838 m². Os estabelecimentos / armazéns comerciais do escalão de 8 000 m² ou mais dispunham

de 47,7%, enquanto os estabelecimentos / armazéns comerciais com área até 999 m² disponibilizavam apenas 1,1%.

Gráfico 1.2.2.3.27

Distribuição da área dos estabelecimentos/armazéns de Comércio por grosso, segundo o escalão de área

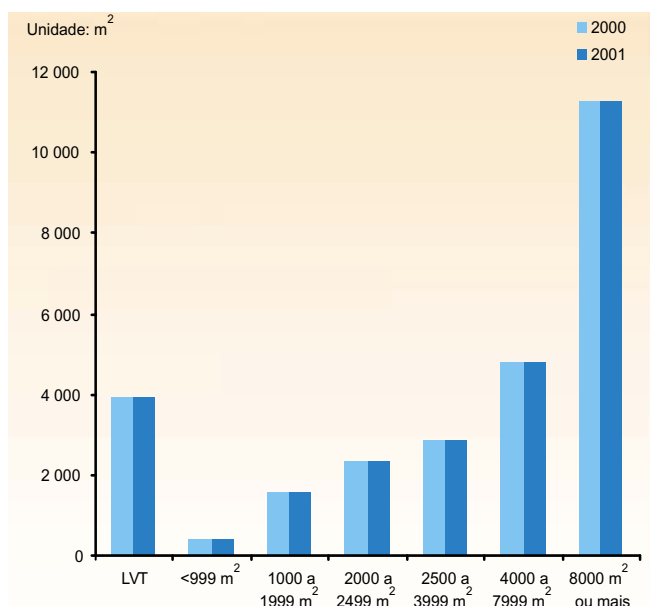


A área média por estabelecimento / armazém comercial era de 3 940 m². As unidades comerciais até 999 m² disponibilizavam uma área média de 386 m² contra os 11 273 m² dos estabelecimentos / armazéns comerciais de maior dimensão (8 000 m² ou mais).

trabalhadores nos estabelecimentos de maior dimensão era de 159 em 2001, menos 10,7% do que no ano anterior, enquanto nos de menor dimensão, até 999 m², era de 13, mais 1 do que em 2000.

Gráfico 1.2.2.3.28

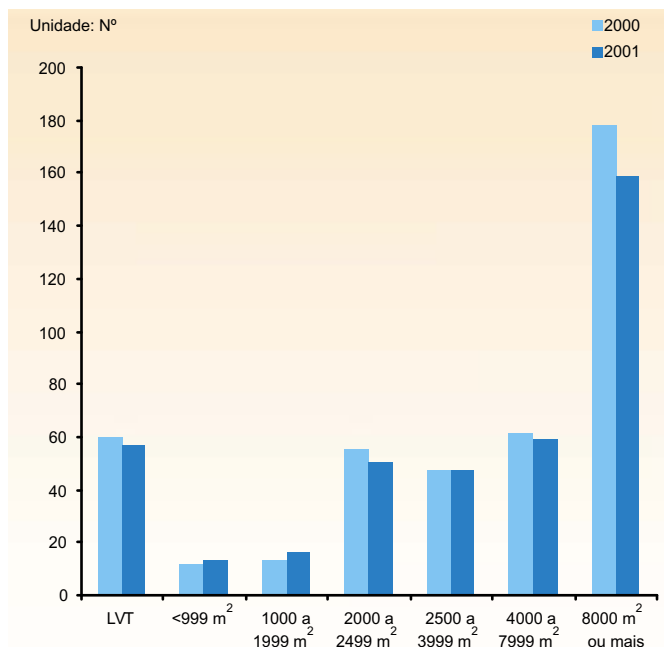
Área média dos estabelecimentos/armazéns de Comércio por grosso, segundo o escalão de área



Em 2001, cada estabelecimento / armazém comercial empregou, em média, 57 trabalhadores, menos 3 do que em 2000. O número médio de

Gráfico 1.2.2.3.29

Nº médio de pessoas ao serviço por estabelecimento/armazém de Comércio por grosso, segundo o escalão de área

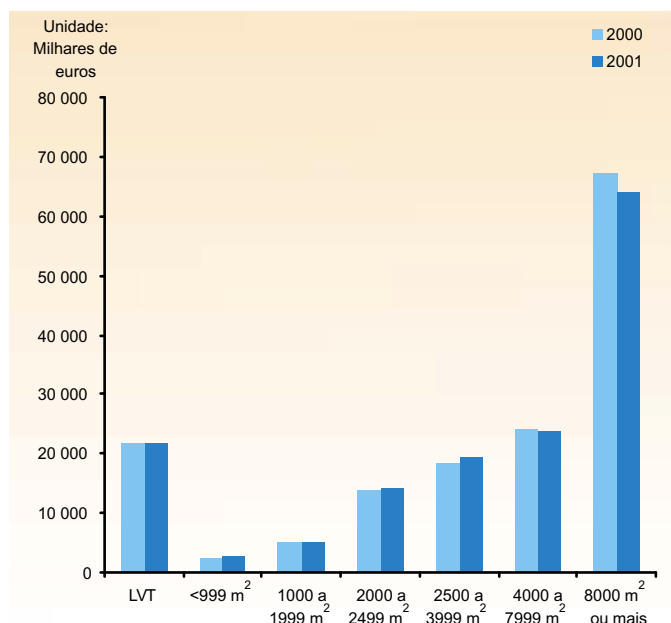


O volume de vendas médio por estabelecimento, relativo aos estabelecimentos abertos os doze meses ano, atingiu os 21,7 milhões de euros, menos 0,8%

do que no ano anterior. Saliente-se que o decréscimo mais acentuado verificou-se nos estabelecimentos / armazéns comerciais de maior dimensão (-4,6%).

Gráfico 1.2.2.3.30

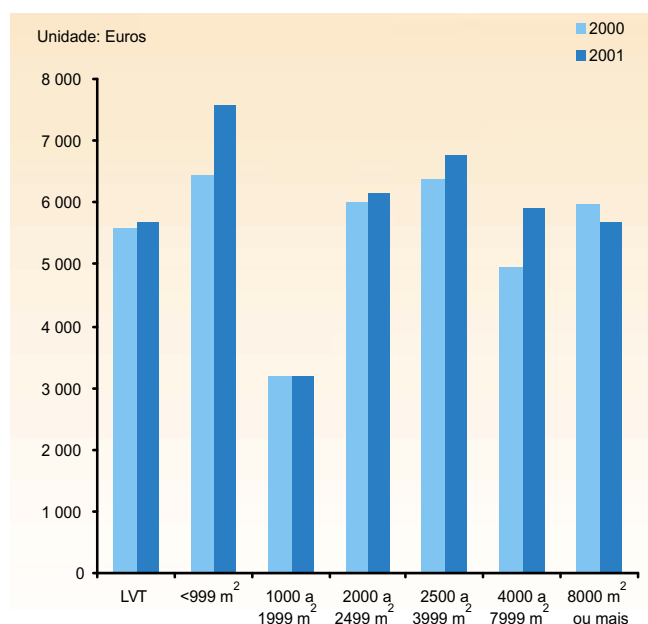
Volume de vendas médio por estabelecimento/ armazém de Comércio por grosso, segundo o escalão de área



Em 2001, o volume de vendas por m² de área, ascendeu aos 5 677 euros, mais 2,0% do que o verificado em 2000. O volume de vendas por m² de área mais significativo, verificou-se nos estabelecimentos de menor dimensão, com 7 561 euros por m², ocorrendo o valor mais baixo, 3 180 euros, no escalão de 1 000 a 1 999 m².

Gráfico 1.2.2.3.31

Volume de vendas por m² de área dos estabelecimentos/armazéns de Comércio por grosso, segundo o escalão de área



Quadros dos principais resultados

Quadro 1.2.2.3.2 Estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto - Principais variáveis

Variável	Ano	Escalação de área de exposição e venda							
		LVT	<400 m ²	400 a 999 m ²	1000 a 1999 m ²	2000 a 2499 m ²	2500 a 3999 m ²	4000 a 7999 m ²	8000 m ² ou mais
Nº de estabelecimentos	2000	437	203	138	72	5	4	3	12
	2001	457	207	152	73	6	4	3	12
Nº pessoas ao serviço	2000	19 100	1 689	4 501	5 224	437	719	1 145	5 385
	2001	19 094	1 640	4 747	4 852	579	708	1 106	5 461
Volume de vendas a retalho (milhares de euros)	2000	2 827 929	240 283	532 708	670 236	73 584	118 227	176 558	1 016 333
	2001	2 987 802	285 301	635 856	649 839	98 396	118 690	173 743	1 025 977
Área de exposição e venda (m ²)	2000	424 566	47 385	102 370	108 829	10 534	12 640	18 625	124 183
	2001	437 383	48 437	112 898	107 887	12 714	12 640	18 625	124 182
Nº de transacções realizadas (milhares)	2000	175 937	44 745	46 710	41 397	3 766	4 396	4 755	30 169
	2001	197 015	49 621	58 386	44 099	4 807	4 532	4 902	30 668

Quadro 1.2.2.3.3 Estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto - Principais indicadores

Indicador	Ano	Escala de área de exposição e venda							
		LVT	<400 m ²	400 a 999 m ²	1000 a 1999 m ²	2000 a 2499 m ²	2500 a 3999 m ²	4000 a 7999 m ²	8000 m ² ou mais
Área média de exposição e venda por estabelecimento (m ²)	2000	972	233	742	1 512	2 107	3 160	6 208	10 349
	2001	957	234	743	1 478	2 119	3 160	6 208	10 349
Nº médio de pessoas ao serviço por estabelecimento ^(a)	2000	44	8	33	73	87	180	382	449
	2001	42	8	31	67	97	177	369	455
Volume de vendas médio a retalho por estabelecimento ^(a) (milhares de euros)	2000	6 571	1 197	3 891	9 487	14 717	29 557	58 853	84 694
	2001	6 575	1 385	4 192	9 063	16 399	29 673	57 914	85 498
Volume de vendas a retalho por m ² de área de exposição e venda ^(a) (euros)	2000	6 713	5 119	5 239	6 258	6 985	9 353	9 480	8 184
	2001	6 892	5 937	5 647	6 193	7 739	9 390	9 328	8 262
Nº de transacções realizadas por m ² de área de exposição e venda ^(a)	2000	418	958	462	387	358	348	255	243
	2001	455	1 033	521	420	378	359	263	247
Gasto médio por transacção realizada ^(a) (euros)	2000	16,1	5,3	11,3	16,2	19,5	26,9	37,1	33,7
	2001	15,2	5,7	10,8	14,7	20,5	26,2	35,4	33,5

^(a) Considerando apenas os estabelecimentos em funcionamento os 12 meses de cada ano

Quadro 1.2.2.3.4 Estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto - Distribuição do volume de vendas por tipo de produtos

Tipo de produtos	Ano	Escalação de área de exposição e venda								%
		LVT	<400 m ²	400 a 999 m ²	1000 a 1999 m ²	2000 a 2499 m ²	2500 a 3999 m ²	4000 a 7999 m ²	8000 m ² ou mais	
Produtos alim., bebidas e tabaco	2000	66,0	81,8	77,2	72,9	63,3	61,4	55,5	54,3	
	2001	66,5	82,2	76,8	73,5	63,3	61,4	56,4	54,0	
Produtos farm., médicos, cosméticos e de higiene	2000	11,4	15,1	7,3	11,1	17,8	10,9	9,5	12,7	
	2001	11,2	14,4	7,0	11,2	17,8	10,9	7,5	12,9	
Produtos têxteis, de vestuário, calçado e artigos de couro	2000	4,1	0,7	3,4	2,3	0,3	5,3	5,5	6,4	
	2001	4,1	0,7	3,5	2,1	0,3	5,3	4,7	6,7	
Produtos para a casa e para o lar	2000	9,0	0,6	9,8	7,5	5,6	8,0	12,6	11,2	
	2001	8,8	1,1	9,9	7,4	5,6	8,0	13,7	10,8	
Outros	2000	9,6	1,8	2,3	6,2	13,0	14,3	16,9	15,3	
	2001	9,4	1,6	2,7	5,8	13,0	14,3	17,6	15,6	

Quadro 1.2.2.3.5 Estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar - Principais variáveis

Variável	Ano	Escalação de área de exposição e venda							
		LVT	<400 m ²	400 a 999 m ²	1000 a 1999 m ²	2000 a 2499 m ²	2500 a 3999 m ²	4000 a 7999 m ²	8000 m ² ou mais
Nº de estabelecimentos	2000	124	37	48	22	4	9	4	-
	2001	145	47	54	26	4	10	4	-
Nº pessoas ao serviço	2000	3 167	519	769	857	76	594	352	-
	2001	3 311	523	845	913	75	621	333	-
Volume de vendas a retalho (milhares de euros)	2000	456 832	49 641	133 637	133 481	9 210	91 823	39 041	-
	2001	503 999	79 867	124 821	134 761	9 355	96 472	58 722	-
Área de exposição e venda (m ²)	2000	130 031	7 102	28 179	34 596	8 414	27 935	23 805	-
	2001	142 814	9 031	31 420	39 249	8 414	30 895	23 805	-
Nº de transacções realizadas (milhares)	2000	18 970	5 147	5 469	4 668	397	1 501	1 788	-
	2001	20 769	6 036	5 943	4 736	408	1 830	1 816	-

(a) Escalões agrupados por razões de segredo estatístico

Quadro 1.2.2.3.6 Estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar - Principais indicadores

Indicador	Ano	Escalaão de área de exposição e venda							
		LVT	<400 m²	400 a 999 m²	1000 a 1999 m²	2000 a 2499 m²	2500 a 3999 m²	4000 a 7999 m²	8000 m² ou mais
Área média de exposição e venda por estabelecimento (m²)									
	2000	1 049	192	587	1 573	2 104	3 104	5 951	-
	2001	985	192	582	1 510	2 104	3 090	5 951	-
Nº médio de pessoas ao serviço por estabelecimento ^(b)									
	2000	25	14	16	39	21	68	80	-
	2001	24	12	16	39	19	62	83	-
Volume de vendas médio a retalho por estabelecimento ^(b) (milhares de euros)									
	2000	3 791	1 343	2 833	6 067	2 709	11 447	15 102	-
	2001	3 954	1 994	2 517	6 457	2 339	9 647	14 681	-
Volume de vendas a retalho por m² de área de exposição e venda ^(b) (euros)									
	2000	3 997	7 085	4 850	3 858	1 271	3 818	2 535	-
	2001	3 788	10 651	4 331	4 124	1 112	3 123	2 467	-
Nº de transacções realizadas por m² de área de exposição e venda ^(b)									
	2000	176	636	199	135	56	62	89	-
	2001	151	753	207	140	48	59	76	-
Gasto médio por transacção realizada ^(b) (euros)									
	2000	22,7	11,1	24,4	28,6	22,8	61,3	28,3	-
	2001	25,1	14,1	20,9	29,6	22,9	52,7	32,3	-

^(a) Escalões agrupados por razões de segredo estatístico^(b) Considerando apenas os estabelecimentos em funcionamento os 12 meses de cada ano

Quadro 1.2.2.3.7 Estabelecimentos de comércio por grosso - Principais variáveis

Variável	Ano	Escalação de área de exposição e venda						
		LVT	<999 m ^{2(a)}	1000 a 1999 m ²	2000 a 2499 m ²	2500 a 3999 m ²	4000 a 7999 m ²	8000 m ² ou mais
Nº de estabelecimentos	2000	36	4	9	4	7	6	6
	2001	36	4	9	4	7	6	6
Nº pessoas ao serviço	2000	2 147	47	120	220	332	359	1 069
	2001	2 045	52	150	201	335	356	951
Volume de vendas (milhares de euros)	2000	767 278	9 937	46 067	56 048	128 292	123 510	403 423
	2001	779 923	11 667	45 802	57 280	136 319	144 012	384 844
Área (m ²)	2000	141 838	1 543	14 405	9 311	20 170	28 769	67 640
	2001	141 838	1 543	14 405	9 311	20 170	28 769	67 640

^(a) Escalões agrupados por razões de segredo estatístico

Quadro 1.2.2.3.8 Estabelecimentos de Comércio por grosso - Principais indicadores

Indicador	Ano	Escalação de área de exposição e venda						
		LVT	<999 m ^{2(a)}	1000 a 1999 m ²	2000 a 2499 m ²	2500 a 3999 m ²	4000 a 7999 m ²	8000 m ² ou mais
Área média por estabelecimento (m ²)	2000	3 940	386	1 601	2 328	2 881	4 795	11 273
	2001	3 940	386	1 601	2 328	2 881	4 795	11 273
Nº médio de pessoas ao serviço por estabelecimento ^(b)	2000	60	12	13	55	47	61	178
	2001	57	13	17	50	48	59	159
Volume de vendas médio por estabelecimento ^(b) (milhares de euros)	2000	21 836	2 484	5 119	14 012	18 327	24 098	67 237
	2001	21 665	2 917	5 089	14 320	19 474	24 002	64 141
Volume de vendas por m ² de área ^(b) (euros)	2000	5 563	6 440	3 198	6 020	6 361	4 957	5 964
	2001	5 677	7 561	3 180	6 152	6 759	5 925	5 690

^(a) Escalões agrupados por razões de segredo estatístico^(b) Considerando apenas os estabelecimentos em funcionamento os 12 meses de cada ano

1.2.2.4 Alentejo e Algarve

Por razões de segredo estatístico, a análise das regiões do Alentejo e Algarve será feita em conjunto. O número de estabelecimentos localizados nas duas regiões em análise era de 173, mais 26,3% do que no ano anterior, dos quais 57,8% exerciam a actividade de Comércio a retalho alimentar e misto.

Como se pode observar no quadro abaixo, o número de pessoas ao serviço em 2001 era de 6 430, um acréscimo de 29,0%.

O volume de vendas em 2001 ascendeu aos 1 047,0 milhões de euros, um aumento de 15,9% face a 2000, tendo os estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar registado a variação mais significativa (+56,3%).

Das cerca de 48,3 milhões de transacções efectuadas em 2001, 90,0% foram realizadas nos estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto.

Quadro 1.2.2.4.1 UCDR - Principais variáveis

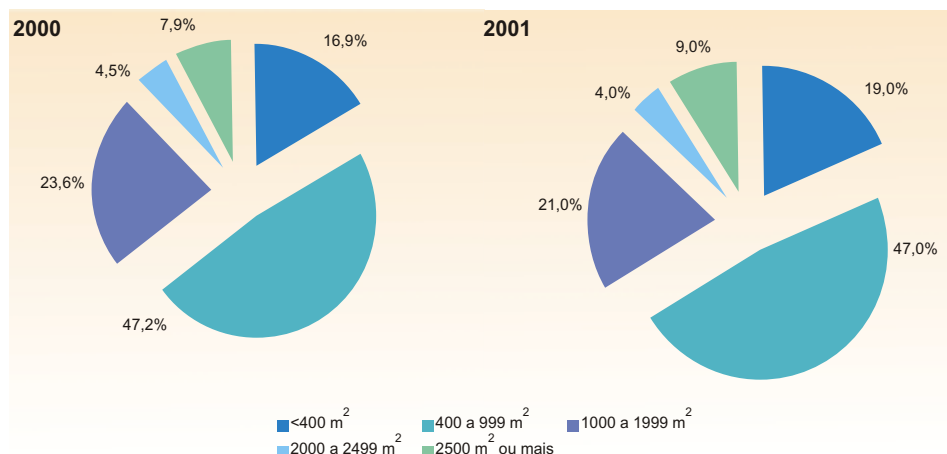
Principais variáveis	Total		Comércio a retalho alim. e misto		Comércio a retalho especializado não alimentar		Comércio por grosso	
	2000	2001	2000	2001	2000	2001	2000	2001
Nº de estab.	137	173	89	100	26	46	22	27
Área de exposição e venda total (m ²)	178 363	227 316	102 104	120 133	28 064	41 337	48 195	65 846
Nº de pessoas ao serviço	4 986	6 430	3 576	4 361	458	855	952	1 214
Volume de vendas total (milhares de euros)	903 443	1 047 025	556 431	644 343	73 304	114 551	273 708	288 131
Nº de transacções efectuadas (milhares)	38 102	48 319	35 728	43 505	2 374	4 814	X	X

Em 2001 estiveram em actividade 100 estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, dos quais, 47,0% dispunham de área de exposição e venda entre 400 e 999 m². Em relação a

2000 observou-se um aumento de 12,4% do número de estabelecimentos, com saliência para os estabelecimentos de 400 a 999 m², com mais 11,9%.

Gráfico 1.2.2.4.1

Distribuição dos estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



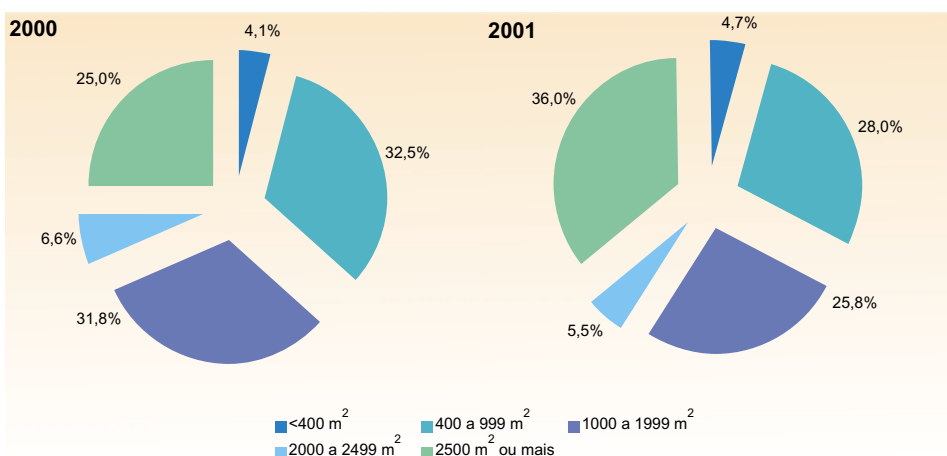
O número de pessoas ao serviço no último ano em análise era de 4 360, um acréscimo de 21,9%.

embora só dispusesse de 9,0% do total dos estabelecimentos.

É de salientar o aumento significativo, 75,5%, do pessoal ao serviço no escalão de maior dimensão,

Gráfico 1.2.2.4.2

Distribuição do pessoal ao serviço nos estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

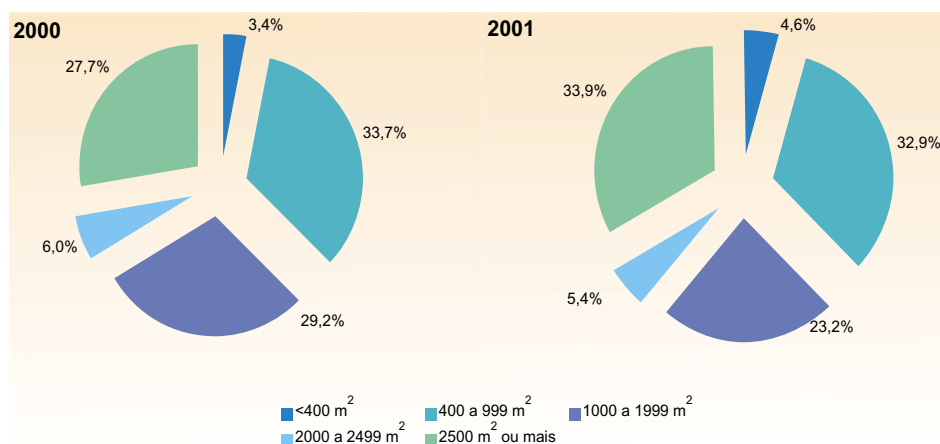


O volume de vendas nas duas regiões em análise ascendeu a 644,3 milhões de euros em 2001, representando um crescimento de 15,8%. Os estabelecimentos de 2 500 m² ou mais de área de

exposição e venda registaram um crescimento de 41,9% do volume de vendas, e representando 33,9% do total, face a 27,7% no ano anterior.

Gráfico 1.2.2.4.3

Distribuição do volume de vendas a retalho dos estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

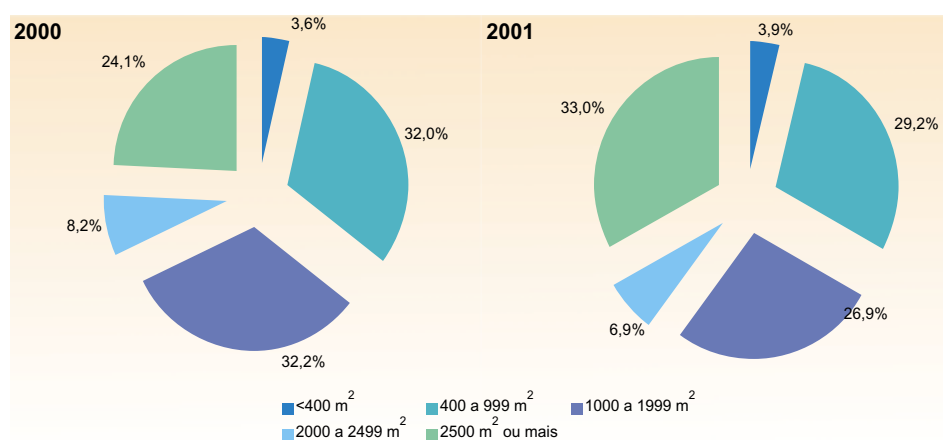


A área de exposição e venda dos estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto localizados nestas regiões era, em 2001,

120 133 m², um aumento de 17,7% face a 2000. No último escalão de área de exposição e venda, estava disponibilizado cerca de um terço da área total.

Gráfico 1.2.2.4.4

Distribuição da área de exposição e venda dos estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície

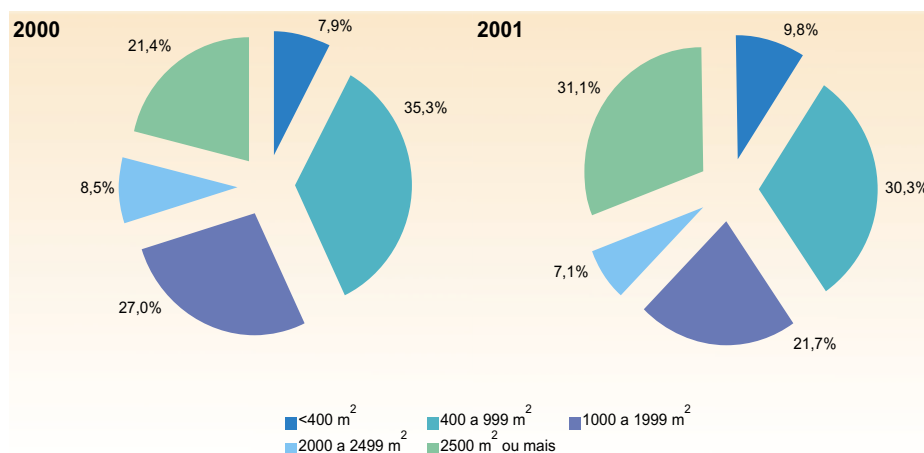


Em 2001, as unidades comerciais realizaram 43,5 milhões de transacções, um acréscimo de 21,8% face ao valor observado em 2000. Os estabelecimentos de 400 a 999 m² (30,3%) e os de

2 500 m² ou mais (31,1%), foram os que efectuaram maior número de transacções.

Gráfico 1.2.2.4.5

Distribuição do número de transações realizadas nos estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

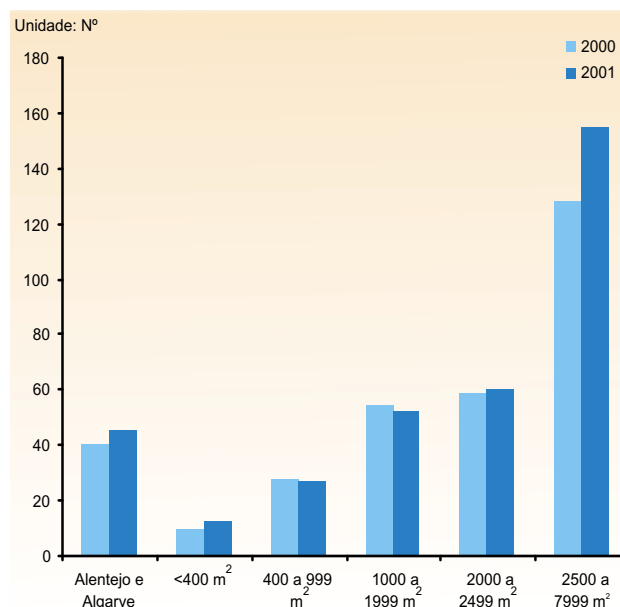


A área média de exposição e venda dos estabelecimentos de Comércio a retalho e misto, aumentou 54 m², atingindo 1 201 m² em 2001. A variação mais significativa verificou-se nos estabelecimentos de 2 500 a 7 999 m², com um aumento de 25,2%.

aumento do número médio de pessoas ao serviço nos estabelecimentos de 2 500 a 7 999 m², que passaram a empregar mais 27 trabalhadores do que no ano anterior.

Gráfico 1.2.2.4.7

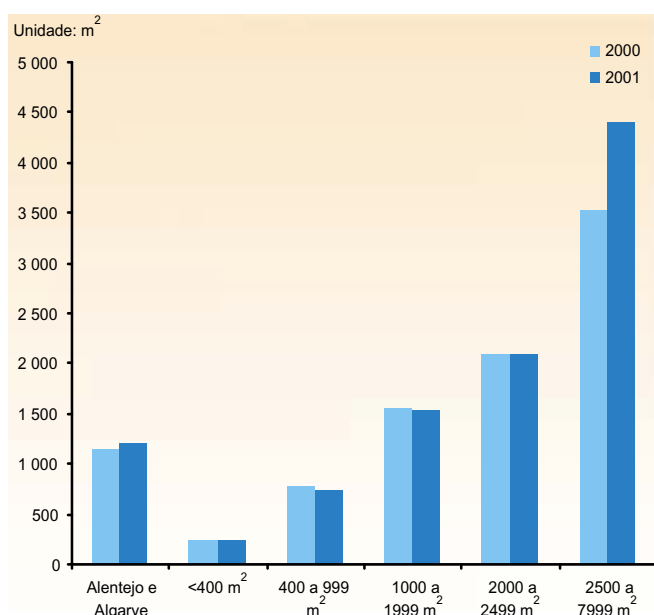
Nº médio de pessoas ao serviço por estabelecimento de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



Em termos médios por estabelecimento foi no escalão de 2 500 a 7 999 m² que se concentrou o valor mais elevado do volume de vendas, cerca de 23,2 milhões de euros. Os estabelecimentos de menor

Gráfico 1.2.2.4.6

Área média de exposição e venda dos estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície

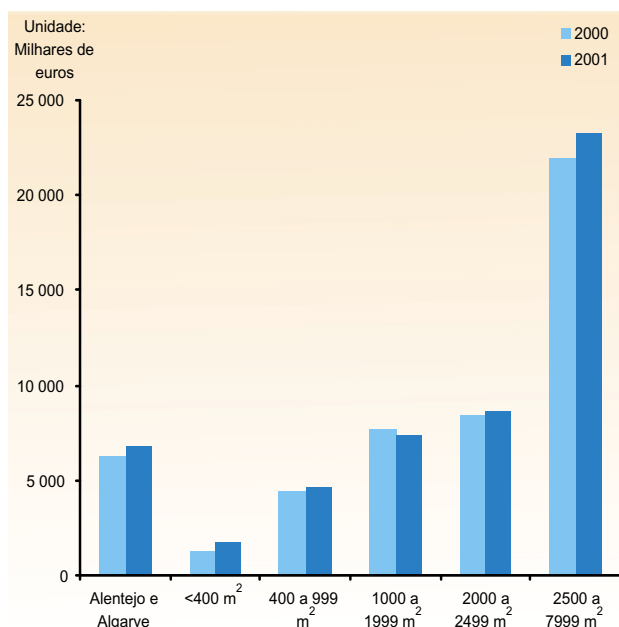


Da análise da estrutura e evolução do emprego nos estabelecimentos em análise, destacou-se o

dimensão registaram a média mais baixa, cerca de 1,7 milhões de euros.

Gráfico 1.2.2.4.8

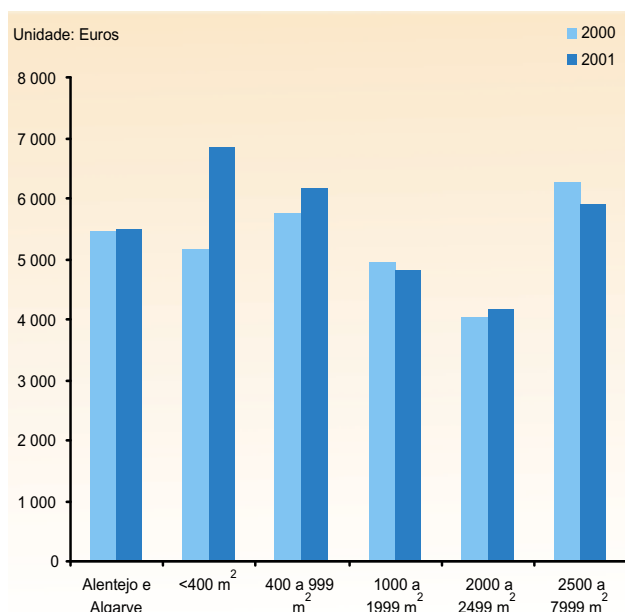
Volume de vendas médio a retalho por estabelecimento de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



O volume de vendas a retalho por m² de área de exposição e venda registou um acréscimo de 27 euros. A variação negativa mais acentuada ocorreu nos estabelecimentos de menor dimensão, até 400 m², que registaram um aumento de 1 697 euros por m².

Gráfico 1.2.2.4.9

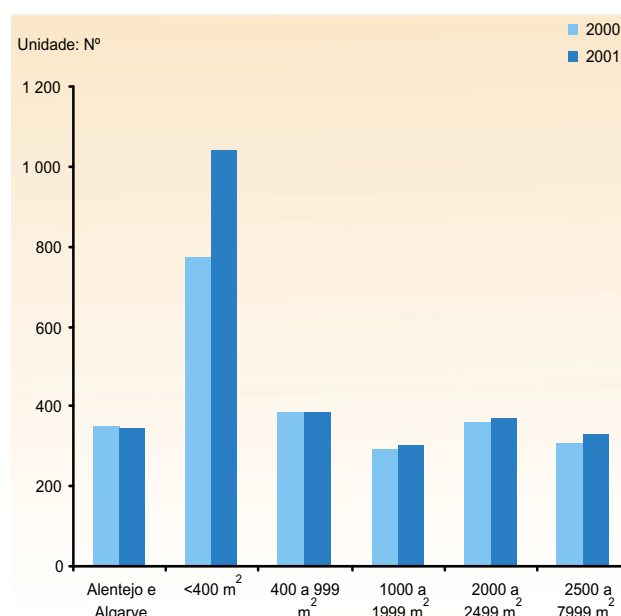
Volume de vendas a retalho por m² de área de exposição e venda dos estabelecimento de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície



Considerando o volume de vendas realizadas pelos estabelecimentos que estiveram em funcionamento todos os meses do ano, o número de transacções efectuadas por m² de área de exposição e venda variou entre as 303, nos estabelecimentos de 1 000 a 1 999 m², e as 1 039 efectuadas nos estabelecimentos de menor dimensão.

Gráfico 1.2.2.4.10

Número de transacções realizadas por m² de área de exposição e venda dos estabelecimento de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície



Por escalões de superfície de exposição e venda, refira-se que o valor médio de cada transacção variou entre os 6,6 euros, nos estabelecimentos de menor dimensão, e os 18,0 euros nos estabelecimentos de 2 500 a 7 999 m².

Gráfico 1.2.2.4.11

Gasto médio por transacção realizada nos estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

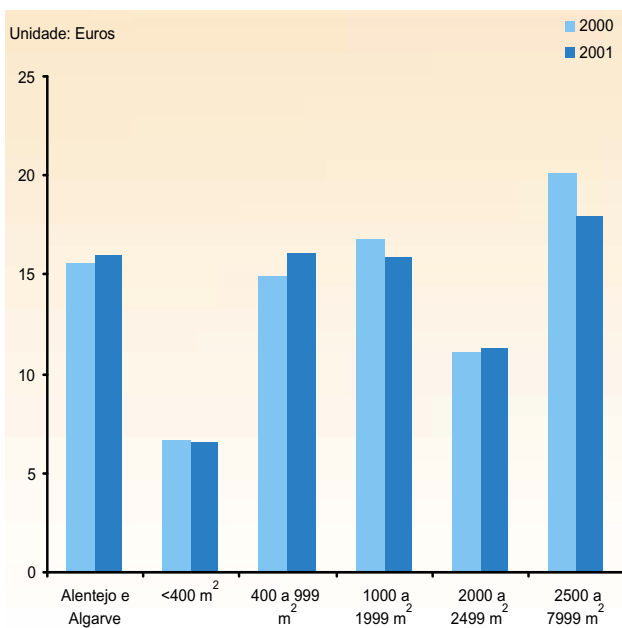
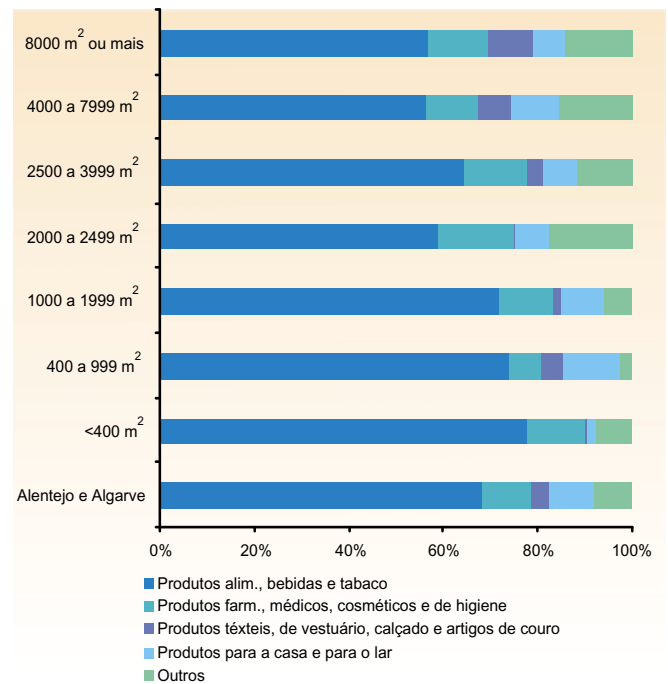


Gráfico 1.2.2.4.12

Distribuição do volume de vendas por tipo de produtos, segundo o escalão de superfície de exposição e venda, 2001



Na distribuição do volume de vendas por grandes grupos de produtos, a importância dos produtos alimentares, bebidas e tabaco, foi bastante significativa, com 68,2% em 2001 e 69,6% em 2000.

A predominância dos produtos alimentares, bebidas e tabaco, a exemplo do ano anterior, continuou a ser mais forte nos escalões de área de exposição e venda mais baixos.

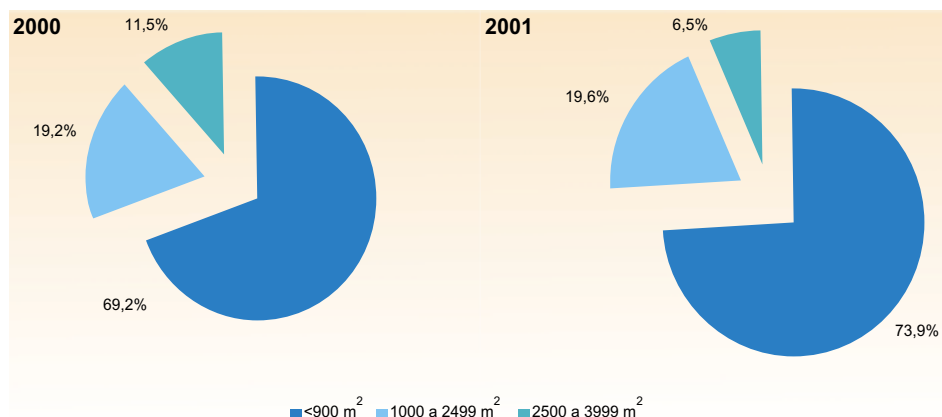
Os produtos farmacêuticos, médicos, cosméticos e de higiene, registaram o valor mais elevado no escalão de 2 000 a 2 499 m², com 15,9%.

Em 2001 estiveram em actividade 46 estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar, mais 76,9% do que em 2000. Os

estabelecimentos com área de exposição e venda até 400 m² representavam 73,9% do total de estabelecimentos com esta actividade.

Gráfico 1.2.2.4.13

Distribuição dos estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



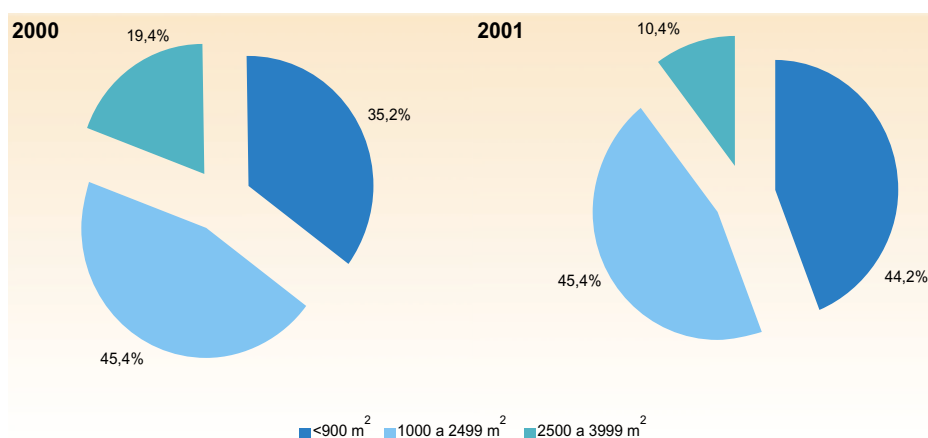
No que concerne ao pessoal ao serviço, estes estabelecimentos comerciais empregavam em 2001, 855 trabalhadores, mais 86,7% do que em 2000.

estabelecimentos com área de exposição e venda de 1 000 a 2 499 m².

Através do gráfico seguinte, verifica-se que 45,4% do pessoal ao serviço trabalhava nos

Gráfico 1.2.2.4.14

Distribuição do pessoal ao serviço nos estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

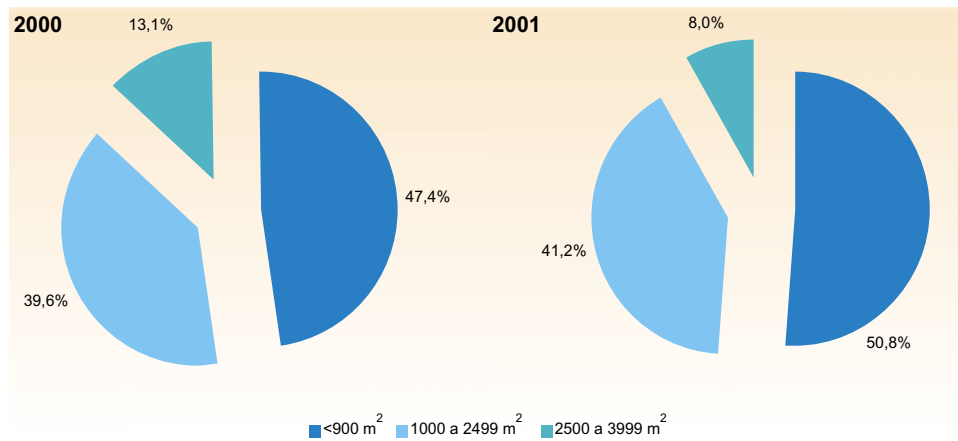


Nos anos em análise, os estabelecimentos inquiridos representaram um volume de vendas de 114,6 milhões de euros em 2001, mais 56,3% do que em 2000.

Os estabelecimentos com área até 999 m², representaram 50,8% do total das vendas.

Gráfico 1.2.2.4.15

Distribuição do volume de vendas a retalho dos estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

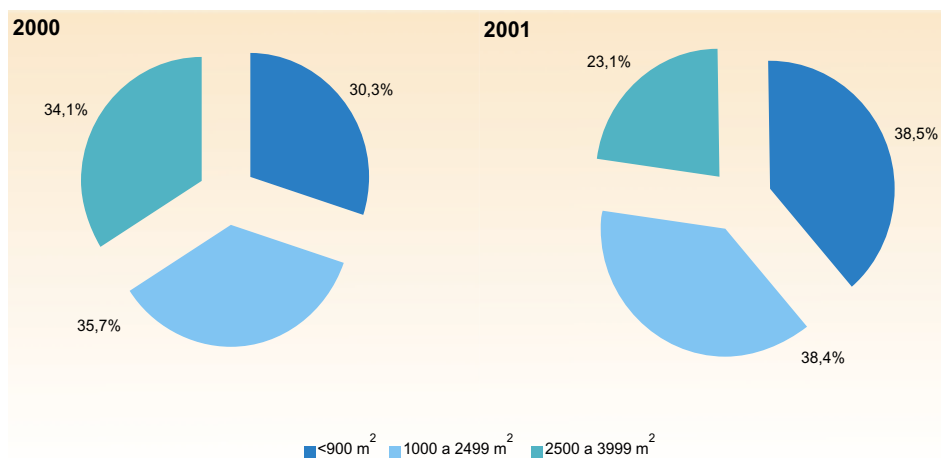


A área de exposição e venda nos estabelecimentos localizados nas regiões do Alentejo e Algarve, registou um aumento de 47,3% face ao ano

anterior. Os estabelecimentos com área até 999 m² dispunham cerca de 38,5% da área total de exposição e venda.

Gráfico 1.2.2.4.16

Distribuição da área de exposição e venda dos estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície

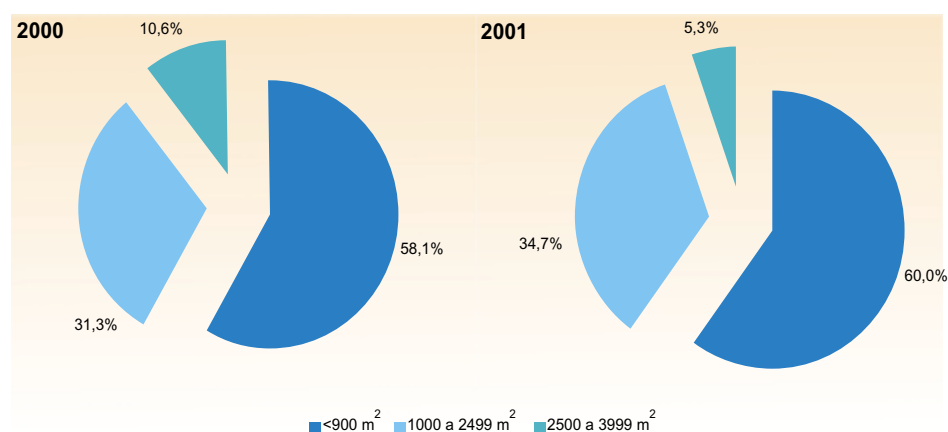


O número de clientes (transacções) em 2001, foi de 4,8 milhões, valor substancialmente superior ao verificado no ano anterior, sendo os estabelecimentos

com área até 999 m² responsáveis por cerca de 60,0%.

Gráfico 1.2.2.4.17

Distribuição do número de transações realizadas nos estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

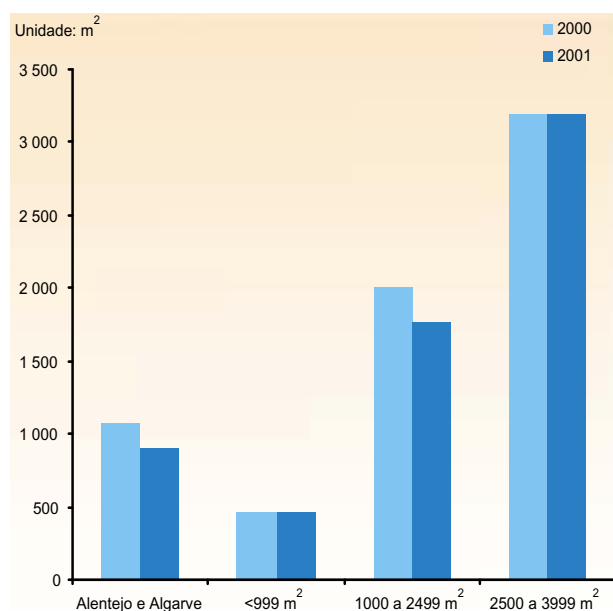


A área média dos estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar em 2001, sofreu uma redução de 16,7% face a 2000, verificando-se que a diminuição mais significativa ocorreu nos estabelecimentos de 1 000 a 2 499 m².

equanto os estabelecimentos dos outros escalões de área de exposição e venda mantiveram o mesmo valor do ano anterior.

Gráfico 1.2.2.4.18

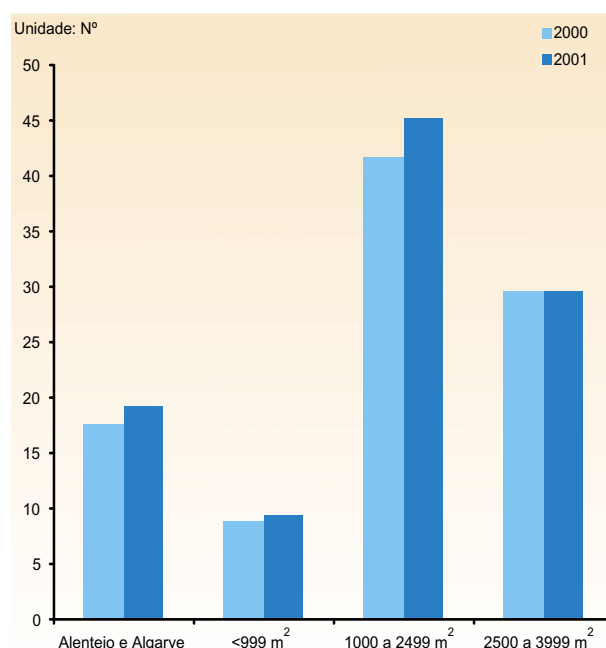
Área média de exposição e venda dos estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície



Em relação ao emprego nas unidades comerciais das regiões em análise, destaca-se o aumento de 7,1% do número médio de pessoas ao serviço nos estabelecimentos de 1 000 a 2 499 m²,

Gráfico 1.2.2.4.19

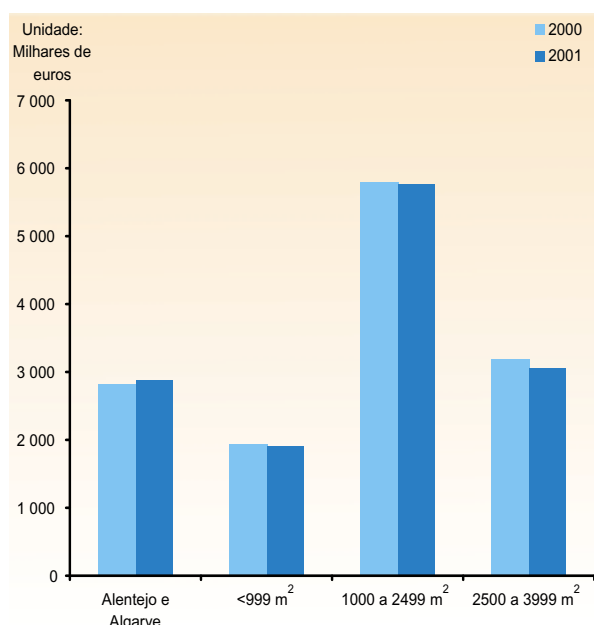
Nº médio de pessoas ao serviço por estabelecimento de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



Nos anos em análise, o volume de vendas médio, considerando apenas os estabelecimentos em funcionamento os 12 meses de cada ano, verificou-se um acréscimo de 1,7%, face ao ano anterior.

Gráfico 1.2.2.4.20

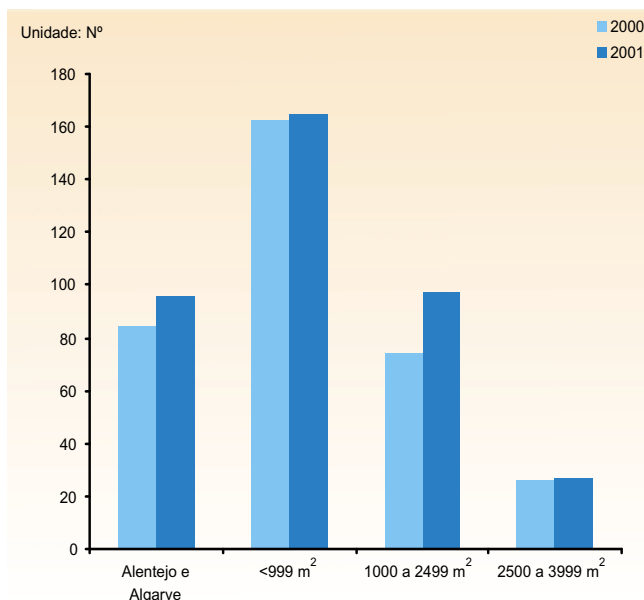
Volume de vendas médio a retalho por estabelecimento de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



O volume de vendas a retalho por m² foi 2 635 euros, mais 23 euros do que no ano anterior. Os estabelecimentos do escalão de 1 000 a 2 499 m², foram os únicos que registaram um acréscimo (1,6%) de volume de vendas por m².

Gráfico 1.2.2.4.22

Número de transações realizadas por m² de área de exposição e venda dos estabelecimento de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície



Nos estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar nas regiões do Alentejo e do Algarve, cada cliente gastou, em média, 27,6 euros, um decréscimo de 3,3 euros, sendo que o gasto médio mais elevado se observou nos estabelecimentos de 2 500 a 3 999 m² (36,1 euros). Por sua vez, o valor mais baixo deste indicador (24,2 euros) verificou-se nos estabelecimentos até 999 m², registando-se um decréscimo do gasto médio em todos os escalões de área de exposição e venda.

Gráfico 1.2.2.4.21

Volume de vendas a retalho por m² de área de exposição e venda dos estabelecimento de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície

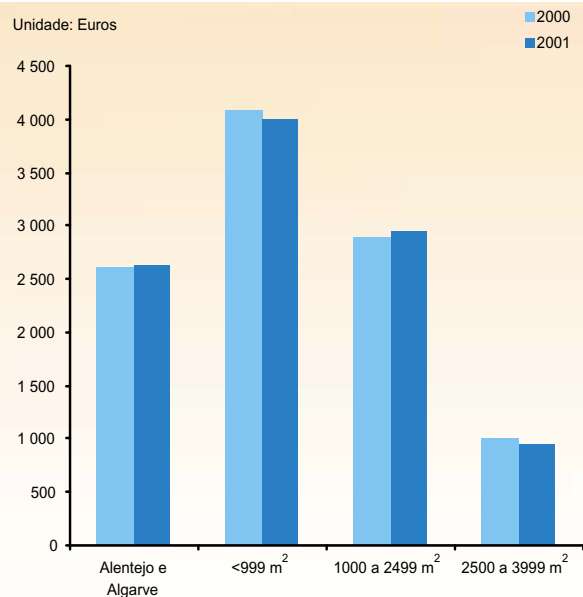
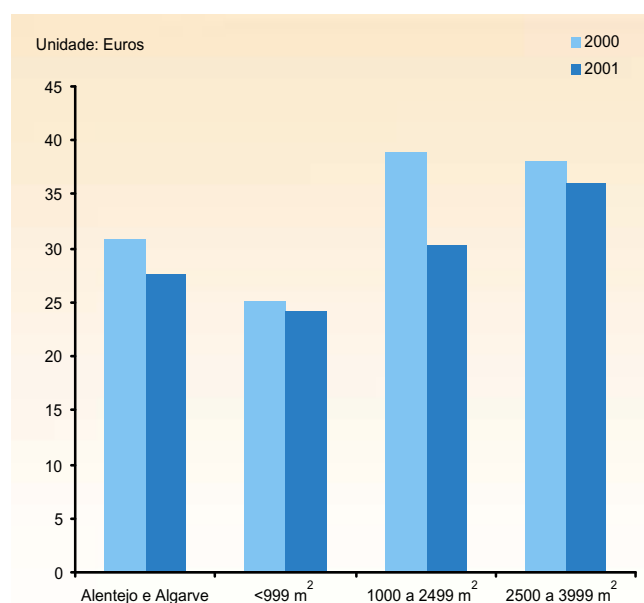


Gráfico 1.2.2.4.23 Gasto médio por transacção realizada nos estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

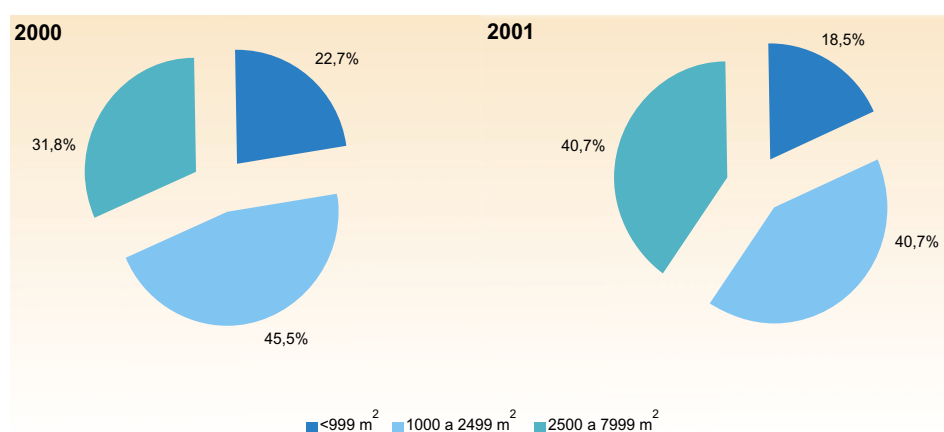


Em 2001, estiveram em actividade 27 estabelecimentos / armazéns comerciais de Comércio por grosso, mais 22,7% do que em 2000, tendo-se

verificado um aumento de 4 unidades comerciais no escalão de 2 500 a 7 999 m².

Gráfico 1.2.2.4.24

Distribuição dos estabelecimentos/armazéns de Comércio por grosso, segundo o escalão de área

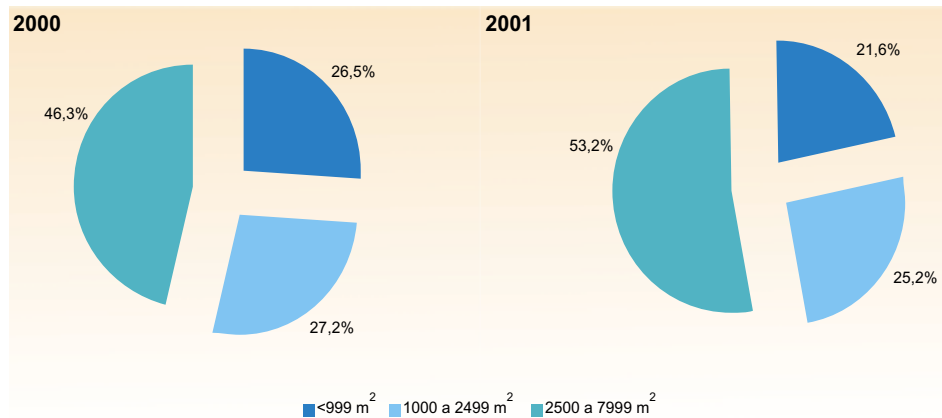


O número de pessoas ao serviço nestas unidades comerciais em 2001 era de 1 214, o que representou um acréscimo de trabalhadores de 27,5%.

Por escalões de área, os estabelecimentos com área de 2 500 a 7 999 m², empregavam 53,2% do pessoal deste tipo de estabelecimentos.

Gráfico 1.2.2.4.25

Distribuição do pessoal ao serviço nos estabelecimentos/armazéns de Comércio por grosso, segundo o escalão de área

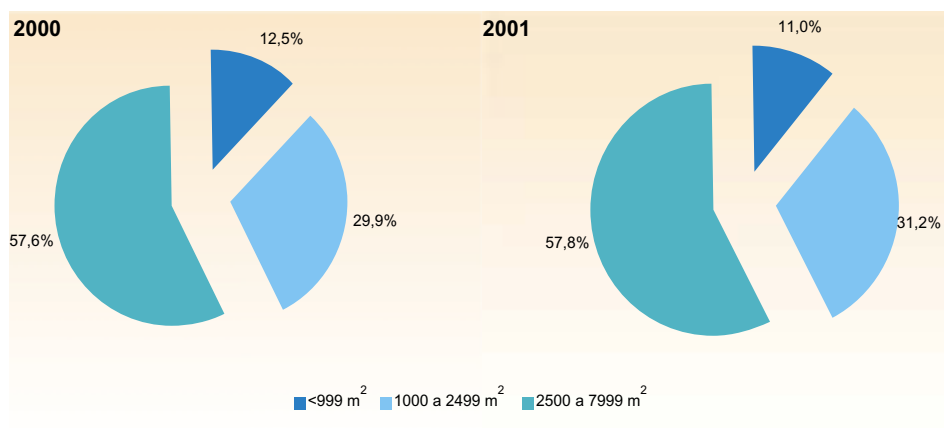


O volume das vendas totais das unidades de Comércio por grosso foi de cerca de 288,1 milhões de euros em 2001, representando um acréscimo de 5,3% em relação a 2000. Os estabelecimentos do primeiro escalão, até 999m², registaram uma redução de cerca de 7,0%, enquanto nos estabelecimentos com área a

partir de 1 000 m², se verificaram aumentos de 9,9% e 5,5%, nos escalões de 1 000 a 2 499 m² e 2 500 a 7 999 m², respectivamente.

Gráfico 1.2.2.4.26

Distribuição do volume de vendas dos estabelecimentos/armazéns de Comércio por grosso, segundo o escalão de área

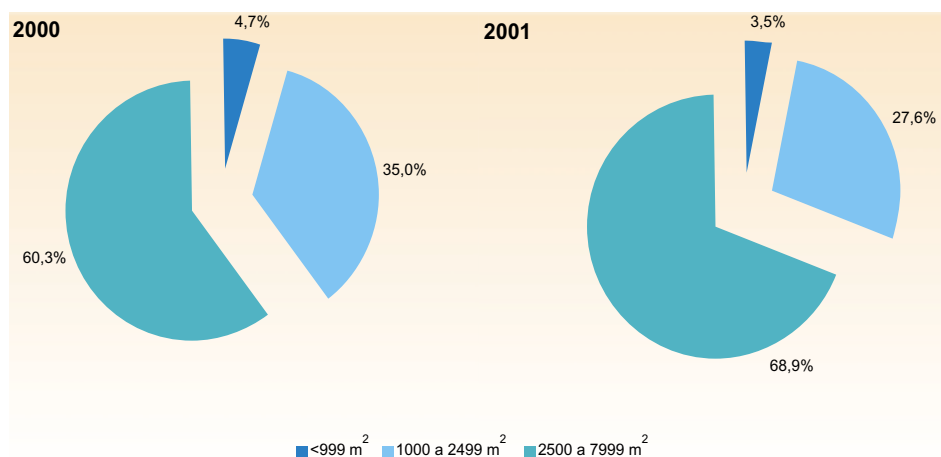


Os estabelecimentos / armazéns comerciais dispunham de uma área total de 65 846 m², um aumento de 36,6% face ao ano anterior. Por sua vez,

as unidades com área de 2 500 a 7 999 m² dispunham de cerca de 68,9% da área total.

Gráfico 1.2.2.4.27

Distribuição da área dos estabelecimentos/armazéns de Comércio por grosso, segundo o escalão de área



A área média por estabelecimento / armazém comercial no ano de 2001 era de 2 439 m², mais 11,3% do que no ano anterior. A área média dos estabelecimentos de menor dimensão era a mesma, 456 m², enquanto os estabelecimentos de 2 500 a 7 999 m² registaram uma redução de 22 m².

2 500 a 7 999 m² registaram uma redução de 4,8%, enquanto nos dois primeiros escalões se registaram aumentos de 4,0% e 7,7%, respectivamente.

Gráfico 1.2.2.4.29

Nº médio de pessoas ao serviço por estabelecimento/armazém de Comércio por grosso, segundo o escalão de área

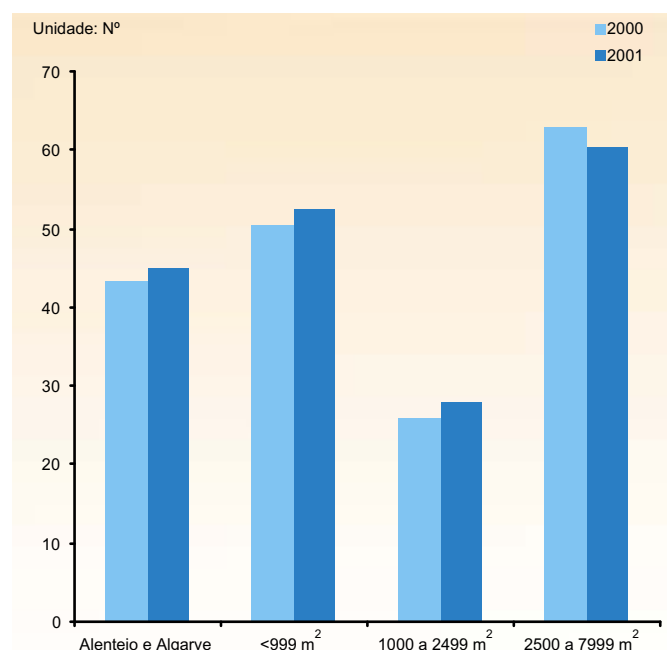
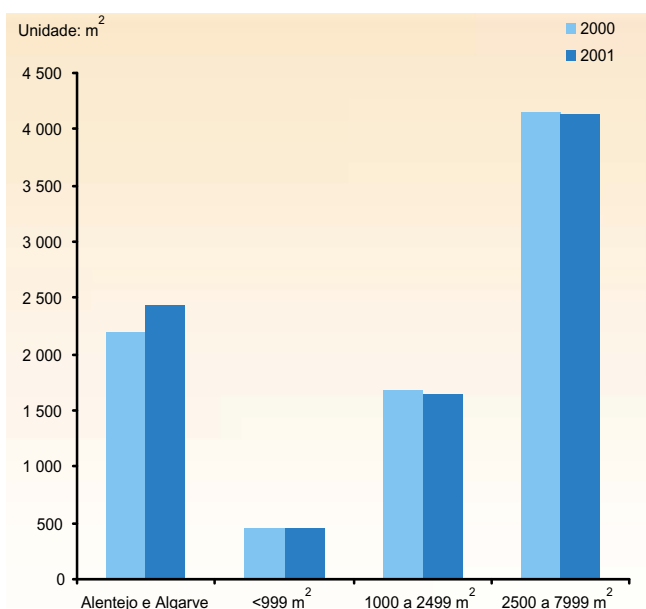


Gráfico 1.2.2.4.28

Área média dos estabelecimentos/armazéns de Comércio por grosso, segundo o escalão de área

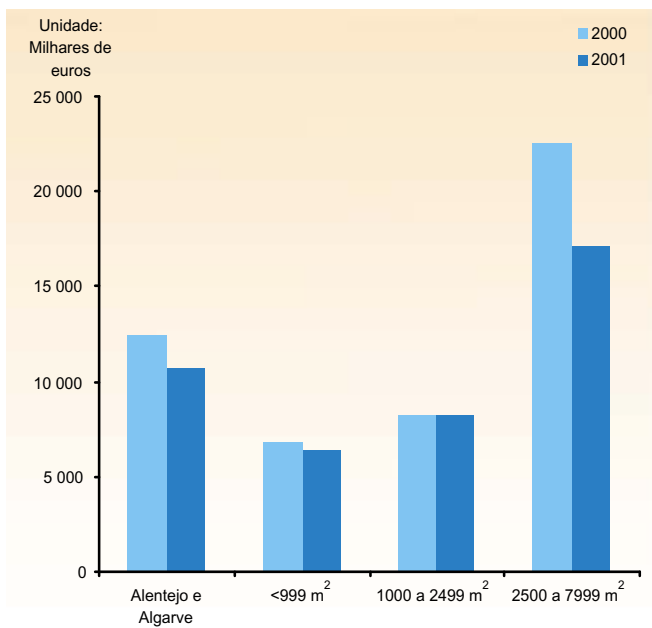


Como se pode observar no gráfico seguinte, o número médio de pessoas ao serviço nas unidades comerciais em análise aumentou de 43 para 45 trabalhadores. Os estabelecimentos do escalão de

Em termos médios por estabelecimento/armazém comercial, verificou-se um decréscimo de 1,8 milhões de euros (-14,2%), salientando-se os estabelecimentos de 2 500 a 7 999 m², que registaram uma redução do volume de vendas médio de 24,1%.

Gráfico 1.2.2.4.30

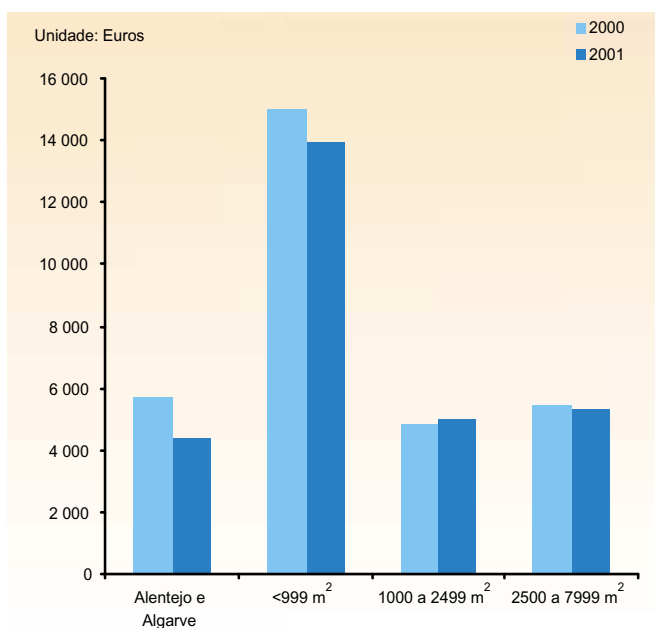
Volume de vendas médio por estabelecimento/armazém de Comércio por grosso, segundo o escalão de área



No que concerne ao volume de vendas por m², verificou-se uma redução de 1 303 euros por m², sendo os estabelecimentos / armazéns comerciais com área entre os 1 000 a 1 999 m² os únicos que registaram um aumento, de cerca 98 euros, do volume de vendas m².

Gráfico 1.2.2.4.31

Volume de vendas por m² de área dos estabelecimentos/armazéns de Comércio por grosso, segundo o escalão de área



Quadros dos principais resultados

Quadro 1.2.2.4.2 Estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto - Principais variáveis

Variável	Ano	Escalação de área de exposição e venda					
		Alentejo e Algarve	<400 m ²	400 a 999 m ²	1000 a 1999 m ²	2000 a 2499 m ²	2500 m ² ou mais ^(a)
Nº de estabelecimentos	2000	89	15	42	21	4	7
	2001	100	19	47	21	4	9
Nº pessoas ao serviço	2000	3 576	146	1 163	1 138	235	894
	2001	4 360	205	1 221	1 125	240	1 569
Volume de vendas a retalho (milhares de euros)	2000	556 431	18 736	187 696	162 462	33 580	153 956
	2001	644 343	29 840	212 049	149 230	34 792	218 432
Área de exposição e venda (m ²)	2000	102 104	3 641	32 647	32 874	8 330	24 612
	2001	120 133	4 731	35 086	32 374	8 330	39 612
Nº de transacções realizadas (milhares)	2000	35 728	2 816	12 606	9 651	3 022	7 633
	2001	43 505	4 276	13 190	9 425	3 084	13 530

^(a) Escalões agrupados por razões de segredo estatístico

Quadro 1.2.2.4.3 Estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto - Principais indicadores

Indicador	Ano	Escala de área de exposição e venda						
		Alentejo e Algarve	<400 m ²	400 a 999 m ²	1000 a 1999 m ²	2000 a 2499 m ²	2500 a 7999 m ^{2(a)}	8000 m ² ou mais
Área média de exposição e venda por estabelecimento (m ²)	2000	1 147	243	777	1 565	2 083	3 516	-
	2001	1 201	249	747	1 542	2 083	4 401	-
Nº médio de pessoas ao serviço por estabelecimento ^(b)	2000	40	10	28	54	59	128	-
	2001	45	13	27	52	60	155	-
Volume de vendas médio a retalho por estabelecimento ^(b) (milhares de euros)	2000	6 252	1 249	4 469	7 736	8 395	21 994	-
	2001	6 775	1 712	4 668	7 307	8 698	23 246	-
Volume de vendas a retalho por m ² de área de exposição e venda ^(b) (euros)	2000	5 450	5 146	5 749	4 942	4 031	6 255	-
	2001	5 477	6 843	6 186	4 811	4 177	5 883	-
Nº de transacções realizadas por m ² de área de exposição e venda ^(b)	2000	350	773	386	294	363	310	-
	2001	343	1 039	384	303	370	327	-
Gasto médio por transacção realizada ^(b) (euros)	2000	15,6	6,7	14,9	16,8	11,1	20,2	-
	2001	16,0	6,6	16,1	15,9	11,3	18,0	-

^(a) Escalões agrupados por razões de segredo estatístico^(b) Considerando apenas os estabelecimentos em funcionamento os 12 meses de cada ano

Quadro 1.2.2.4.4 Estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto - Distribuição do volume de vendas por tipo de produtos

Tipo de produtos	Ano	Escalação de área de exposição e venda								%
		Alentejo e Algarve	<400 m²	400 a 999 m²	1000 a 1999 m²	2000 a 2499 m²	2500 a 3999 m²	4000 a 7999 m²	8000 m² ou mais	
Produtos alim., bebidas e tabaco	2000	69,6	82,0	73,7	72,0	59,2	64,6	59,0	-	
	2001	68,2	77,8	73,9	72,0	59,2	64,5	56,6	57,1	
Produtos farm., médicos, cosméticos e de higiene	2000	10,4	14,0	7,0	10,6	15,9	13,3	11,1	-	
	2001	10,4	12,0	7,0	11,2	15,9	13,3	10,7	12,3	
Produtos têxteis, de vestuário, calçado e artigos de couro	2000	3,4	0,5	4,6	2,1	0,3	3,6	6,1	-	
	2001	4,1	0,4	4,7	2,0	0,3	3,5	7,2	9,7	
Produtos para a casa e para o lar	2000	9,3	1,9	12,0	9,4	7,0	6,8	8,0	-	
	2001	9,3	2,3	11,9	9,2	7,0	7,0	10,1	6,5	
Outros	2000	7,3	1,6	2,6	5,9	17,5	11,7	15,8	-	
	2001	8,1	7,5	2,6	5,7	17,5	11,7	15,4	14,3	

Quadro 1.2.2.4.5 Estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar - Principais variáveis

Variável	Ano	Escalação de área de exposição e venda					
		Alentejo e Algarve	<999 m ^{2(a)}	1000 a 2499 m ^{2(a)}	2500 a 3999 m ²	4000 a 7999 m ²	8000 m ² ou mais
Nº de estabelecimentos	2000	26	18	5	3	-	-
	2001	46	34	9	3	-	-
Nº pessoas ao serviço	2000	458	161	208	89	-	-
	2001	855	378	388	89	-	-
Volume de vendas a retalho (milhares de euros)	2000	73 304	34 720	29 004	9 580	-	-
	2001	114 551	58 208	47 170	9 173	-	-
Área de exposição e venda (m ²)	2000	28 064	8 495	10 005	9 564	-	-
	2001	41 337	15 913	15 860	9 564	-	-
Nº de transacções realizadas (milhares)	2000	2 374	1 379	744	251	-	-
	2001	4 814	2 890	1 670	254	-	-

^(a) Escalões agrupados por razões de segredo estatístico

Quadro 1.2.2.4.6 Estabelecimentos de Comércio a retalho especializado não alimentar - Principais indicadores

Indicador	Ano	Escalação de área de exposição e venda					
		Alentejo e Algarve	<999 m ^{2(a)}	1000 a 2499 m ^{2(a)}	2500 a 3999 m ²	4000 a 7999 m ²	8000 m ² ou mais
Área média de exposição e venda por estabelecimento (m ²)	2000	1 079	472	2 001	3 188	-	-
	2001	899	468	1 762	3 188	-	-
Nº médio de pessoas ao serviço por estabelecimento ^(b)	2000	18	9	42	30	-	-
	2001	19	9	45	30	-	-
Volume de vendas médio a retalho por estabelecimento ^(b) (milhares de euros)	2000	2 819	1 929	5 801	3 193	-	-
	2001	2 868	1 923	5 767	3 058	-	-
Volume de vendas a retalho por m ² de área de exposição e venda ^(b) (euros)	2000	2 612	4 087	2 899	1 002	-	-
	2001	2 635	3 987	2 944	959	-	-
Nº de transacções realizadas por m ² de área de exposição e venda ^(b)	2000	85	162	74	26	-	-
	2001	95	165	97	27	-	-
Gasto médio por transacção realizada ^(b) (euros)	2000	30,9	25,2	39,0	38,2	-	-
	2001	27,6	24,2	30,3	36,1	-	-

(a) Escalões agrupados por razões de segredo estatístico

(b) Considerando apenas os estabelecimentos em funcionamento os 12 meses de cada ano

Quadro 1.2.2.4.7 Estabelecimentos de Comércio por grosso - Principais variáveis

Variável	Ano	Escalação de área de exposição e venda				
		Alentejo e Algarve	<999 m ^{2(a)}	1000 a 2499 m ^{2(a)}	2500 a 7999 m ^{2(a)}	8000 m ² ou mais
Nº de estabelecimentos	2000	22	5	10	7	-
	2001	27	5	11	11	-
Nº pessoas ao serviço	2000	952	252	259	441	-
	2001	1 214	262	306	646	-
Volume de vendas (milhares de euros)	2000	273 708	34 165	81 867	157 676	-
	2001	288 131	31 756	89 958	166 416	-
Área (m ²)	2000	48 195	2 281	16 876	29 038	-
	2001	65 846	2 281	18 176	45 389	-

^(a) Escalões agrupados por razões de segredo estatístico

Quadro 1.2.2.4.8 Estabelecimentos de Comércio por grosso - Principais indicadores

Indicador	Ano	Escalação de área de exposição e venda				
		Alentejo e Algarve	<999 m ^{2(a)}	1000 a 2499 m ^{2(a)}	2500 a 7999 m ^{2(a)}	8000 m ² ou mais
Área média por estabelecimento (m ²)	2000	2 191	456	1 688	4 148	-
	2001	2 439	456	1 652	4 126	-
Nº médio de pessoas ao serviço por estabelecimento ^(b)	2000	43	50	26	63	-
	2001	45	52	28	60	-
Volume de vendas médio por estabelecimento ^(b) (milhares de euros)	2000	12 441	6 833	8 187	22 525	-
	2001	10 672	6 351	8 178	17 096	-
Volume de vendas por m ² de área ^(b) (euros)	2000	5 679	14 978	4 851	5 430	-
	2001	4 376	13 922	4 949	5 299	-

^(a) Escalões agrupados por razões de segredo estatístico^(b) Considerando apenas os estabelecimentos em funcionamento os 12 meses de cada ano

1.2.3 Centros, Galerias e Condomínios Comerciais

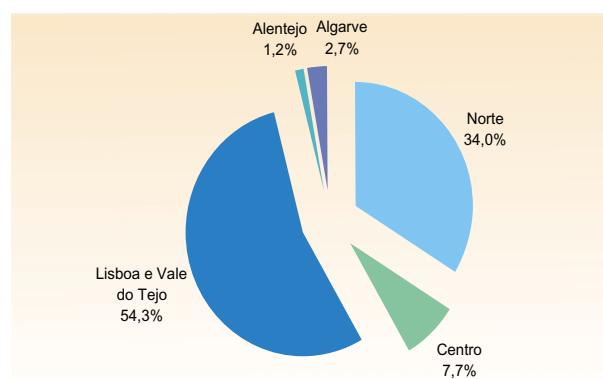
Ao comparar as diferentes regiões, verifica-se que foi na região Norte que se concentrou um maior número de estabelecimentos das Unidades Comerciais em análise (considerando apenas as actividades seleccionadas para inquirição), com 7 665 estabelecimentos distribuídos por 319 Centros, Galerias e Condomínios Comerciais, o que representa cerca de 41,3% do total de Portugal Continental. Por sua vez, a região de Lisboa e Vale do Tejo contava com 41,2% do total de estabelecimentos existentes.

Aos 41,3% de estabelecimentos localizados na região Norte, estava afectada uma área total de 755 322 m² (43,4%), resultando numa área média por estabelecimento de 99 m². Por sua vez, o volume de negócios realizado nesta região alcançou os 2 002,6 milhões de euros em 1999, originando um valor médio por estabelecimento de 317 milhares de euros. De referir que o volume de negócios por m² nesta região foi o mais baixo de Portugal Continental em 1999, não indo além dos 3 043 euros. Por outro lado o número de pessoas ao serviço contabilizadas alcançou as 27 583, o que se traduziu num número médio de 3,8 indivíduos por estabelecimento.

A área, o volume de negócios e o número de pessoas ao serviço por estabelecimento, registaram os valores mais baixos na região Centro, em 1999. Com efeito, a área média não foi além dos 68 m², o volume de negócios médio ficou-se pelos 247 milhares de euros e o número médio de pessoas ao serviço atingiu apenas as 3,3. Contudo, o volume de negócios por m² foi o segundo mais elevado, com 3 292 euros, depois da região de Lisboa e Vale do Tejo. Por sua vez, o volume de negócios total foi de 456 541 milhares de euros, o que representa 7,7% do total de Portugal Continental.

Gráfico 1.2.3.1

Distribuição do volume de negócios dos estabelecimentos seleccionados, segundo a NUTS II - 1999



Em 1999, os estabelecimentos da região de Lisboa e Vale do Tejo deram origem a 54,3% do total do volume de negócios e empregavam 36 765 indivíduos, ou seja, 48,9% do total de pessoas ao serviço dos estabelecimentos dos Centros, Galerias e Condomínios Comerciais em Portugal Continental.

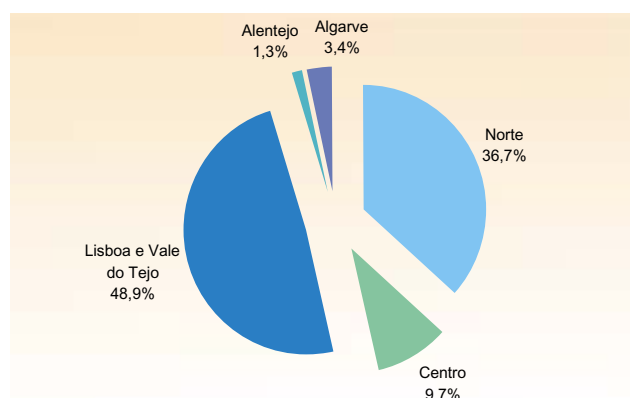
Os 7 649 estabelecimentos localizados nesta região dispunham de uma área total de 739 517 m², sendo a área média de 97 m². De referir que o volume de negócios por estabelecimento e por m² atingiu nesta região os valores mais elevados em Portugal Continental, respectivamente, 505 milhares de euros e 4 833 euros.

Na região do Alentejo, cada estabelecimento dispunha, em média, de 5,4 pessoas ao serviço. No entanto, o número de empregados existentes nestas unidades de Comércio era de apenas 990 em 1999.

O volume de negócios realizado não ultrapassou os 73,2 milhões de euros, resultando numa média por estabelecimento de 481 milhares de euros e num volume de negócios 3 127 euros por m². A área média por estabelecimento atingiu um máximo de 134 m².

Gráfico 1.2.3.2

Distribuição do número de pessoas ao serviço dos estabelecimentos seleccionados, segundo a NUTS II - 1999



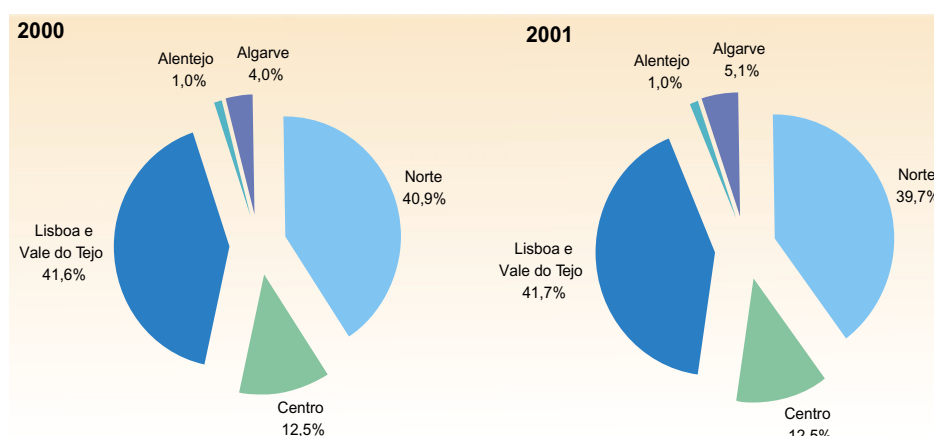
Os 739 estabelecimentos da região do Algarve deram origem a 2,7% do total do volume de negócios do Continente e dispunham de 2 548 pessoas ao serviço, numa área total de 62 428 m². O volume de negócios alcançou os 310 milhares de euros por estabelecimento e os 3 117 euros por m².

Relativamente aos dados obtidos com o inquérito levado a cabo em 2000 e 2001, verifica-se que em

2000 as regiões do Norte e de Lisboa e Vale do Tejo concentravam o maior número de estabelecimentos das actividades seleccionadas, 7 684 (40,9%) e 7 825 (41,6%), respectivamente. No ano posterior, estas regiões concentravam no seu conjunto 81,4% do total dos estabelecimentos. De referir que a região do Alentejo dispunha de apenas 187 estabelecimentos, com uma área de 25 037 m².

Gráfico 1.2.3.3

Distribuição dos estabelecimentos seleccionados, segundo a NUTS II - 2000 e 2001

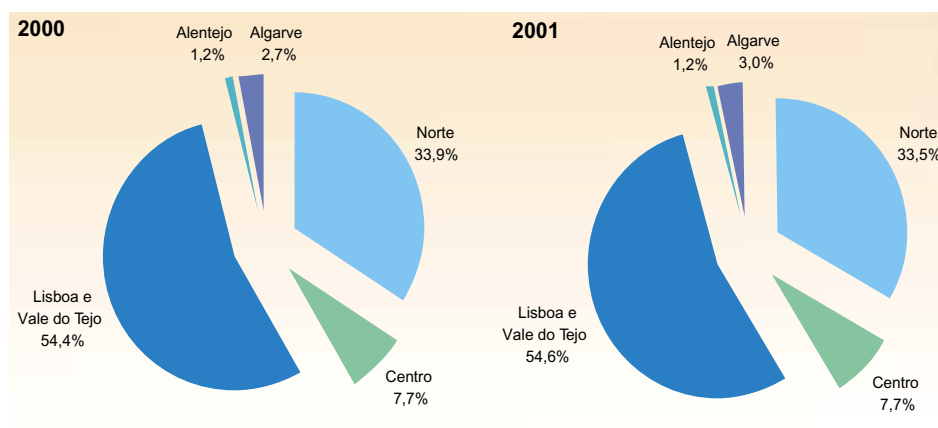


O volume de negócios realizado pelos estabelecimentos em análise em 2000, foi de cerca de 3 224,1 milhões de euros na região de Lisboa e Vale do Tejo, aumentando para 3 301,3 milhões de

euros em 2001. Por sua vez, na região do Alentejo, este valor não ultrapassou os 73,9 milhões de euros no último ano em análise.

Gráfico 1.2.3.4

Distribuição do volume de negócios dos estabelecimentos seleccionados, segundo a NUTS II - 2000 e 2001

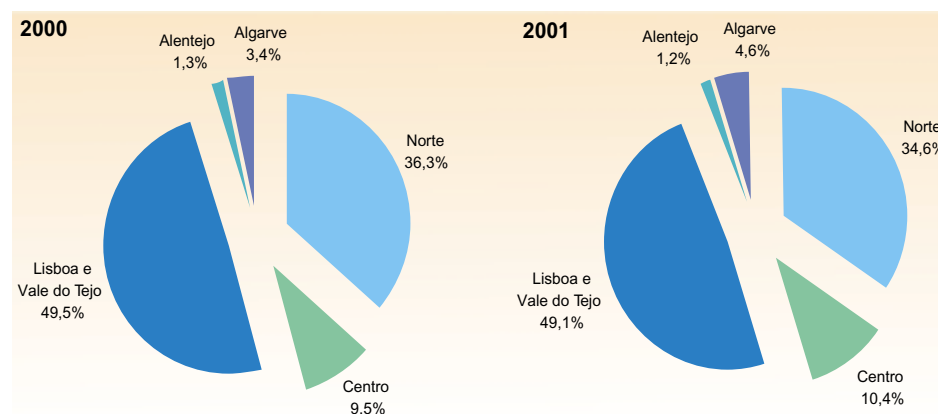


Relativamente ao número de pessoas ao serviço, verificou-se um acréscimo de 49,3% na região do Algarve de 2000 para 2001, de 17,7% na região Centro, de 6,9% em Lisboa e Vale do Tejo e de apenas 0,5% no Alentejo. O número médio de pessoas ao

serviço também aumentou de 2000 para 2001 em todas as regiões, sendo que o acréscimo mais significativo se observou na região do Algarve, passando de 3,7 para 4,7 pessoas.

Gráfico 1.2.3.5

Distribuição do número de pessoas ao serviço dos estabelecimentos seleccionados, segundo a NUTS II - 2000 e 2001



Quadros dos principais resultados

Quadro 1.2.3.1 Estabelecimentos dos Centros, Galerias e Condomínios Comerciais, segundo a NUTS II - 1999

1999

NUTS II	Variável / Indicador							
	Nº de estabelecimentos seleccionados ^(a)	Área total dos estabelecimentos seleccionados ^(a) (m ²)	Área média dos estabelecimentos seleccionados ^(a) (m ²)	Volume de negócios ^(a) realizado pelos estabelecimentos com actividade em 1999 (milhares de euros)	Volume de negócios médio por estabelecimento ^(b) (milhares de euros)	Volume de negócios por m ^{2(b)} (euros)	Nº de pessoas ao serviço ^(a)	Nº médio de pessoas ao serviço ^(b) por estabelecimento
Continente	18 584	1 740 835	94	5 895 243	387	3 826	75 140	4,3
Norte	7 665	755 322	99	2 002 636	317	3 043	27 583	3,8
Centro	2 344	158 532	68	456 541	247	3 292	7 254	3,3
Lisboa e Vale do Tejo	7 649	739 517	97	3 201 951	505	4 833	36 765	5,1
Alentejo	187	25 037	134	73 155	481	3 127	990	5,4
Algarve	739	62 428	84	160 959	310	3 117	2 548	3,8

^(a) Considerando apenas as actividades seleccionadas para inquirição (comércio e reparação, restauração, serviços pessoais e actividades recreativas)^(b) Considerando apenas os estabelecimentos com 12 meses de actividade em 1999

Nota: Os dados físicos são relativos a Maio de 2000

Quadro 1.2.3.2 Estabelecimentos dos Centros, Galerias e Condomínios Comerciais, segundo a NUTS II - 2000 e 2001

NUTS II	Ano	Variável / Indicador							
		Nº de estab. seleccionados ^(a)	Área total dos estab. seleccionados ^(a) (m ²)	Área média dos estab. seleccionados ^(a) (m ²)	Volume de negócios ^(a) realizado pelos estab. com actividade (milhares de euros)	Volume de negócios médio por estab. ^(b) (milhares de euros)	Volume de negócios por m ^{2(b)} (euros)	Nº de pessoas ao serviço ^(a)	Nº médio de pessoas ao serviço ^(b) por estab.
Continente	2000	18 808	1 778 322	95	5 930 836	389	3 845	76 439	4,6
	2001	19 472	2 029 521	104	6 048 383	392	3 852	82 406	4,8
Norte	2000	7684	755 508	98	2 012 649	320	3 047	27 721	4,0
	2001	7 730	785 320	102	2 024 503	321	3 050	28 530	4,1
Centro	2000	2359	158 632	67	458 824	246	3 290	7 290	3,6
	2001	2 442	191 532	78	464 361	251	3 301	8 577	3,8
Lisboa e Vale do Tejo	2000	7825	776 617	99	3 224 078	507	4 846	37 872	5,0
	2001	8 121	885 704	109	3 301 269	510	4 851	40 476	5,3
Alentejo	2000	190	25 037	132	73 521	480	3 119	995	5,2
	2001	187	25 037	134	73 888	484	3 132	1 000	5,4
Algarve	2000	750	62 528	83	161 764	313	3 124	2 561	3,7
	2001	992	141 928	143	184 361	318	3 130	3 824	4,7

^(a) Considerando apenas as actividades seleccionadas para inquirição (comércio e reparação, restauração, serviços pessoais e actividades recreativas)

^(b) Considerando apenas os estabelecimentos com 12 meses de actividade

Análise sectorial

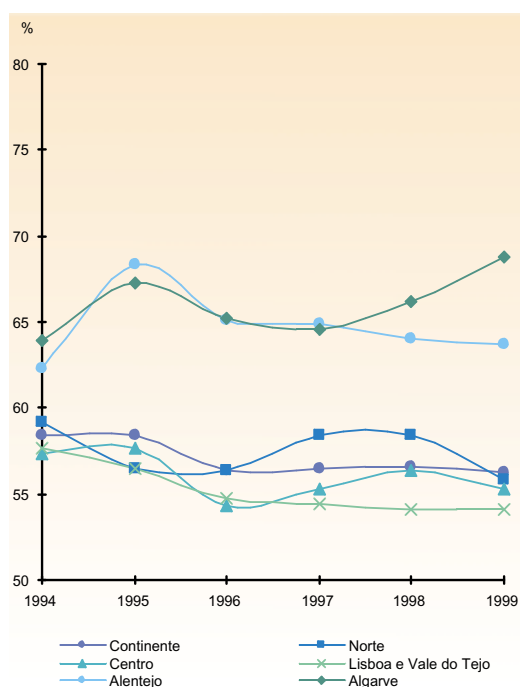
1.3

1.3.1 Grandes Superfícies Retalhistas Alimentares (GSRA)

1.3.1.1 Produtos alimentares, bebidas e tabaco

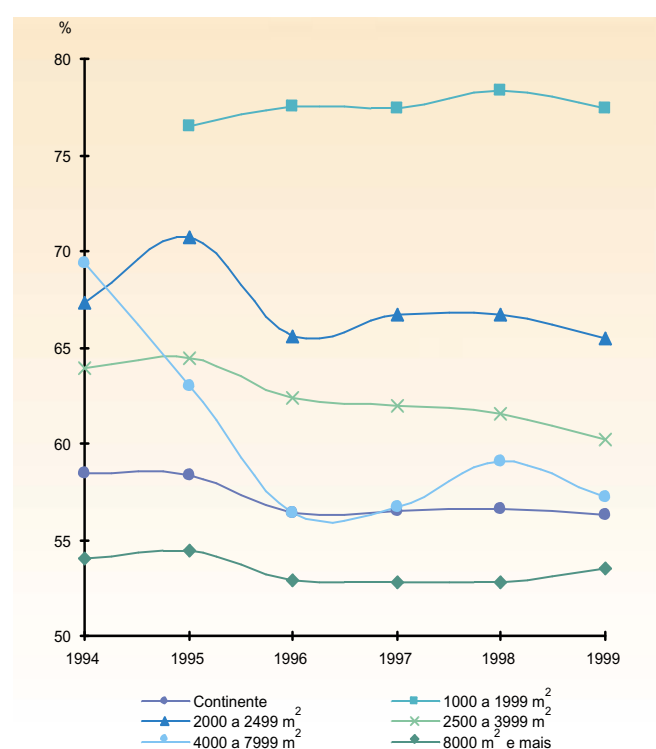
Em 1994, o peso relativo do volume de vendas a retalho nas GSRA gerado por produtos alimentares, bebidas e tabaco representava 58,4% do total realizado em Portugal Continental, decrescendo para 56,2% em 1999. No entanto, é evidente a importância que a comercialização destes bens assume nas GSRA das regiões do Alentejo e do Algarve, onde a percentagem do volume de vendas se manteve acima dos 60,0% entre 1994 e 1999, embora se tenha observado um decréscimo no caso do Alentejo, enquanto no Algarve se observou uma tendência crescente da percentagem do volume de vendas gerado por este tipo de bens.

Gráfico 1.3.1.1.1 Peso relativo do volume de vendas a retalho no total dos produtos, segundo a NUTS II

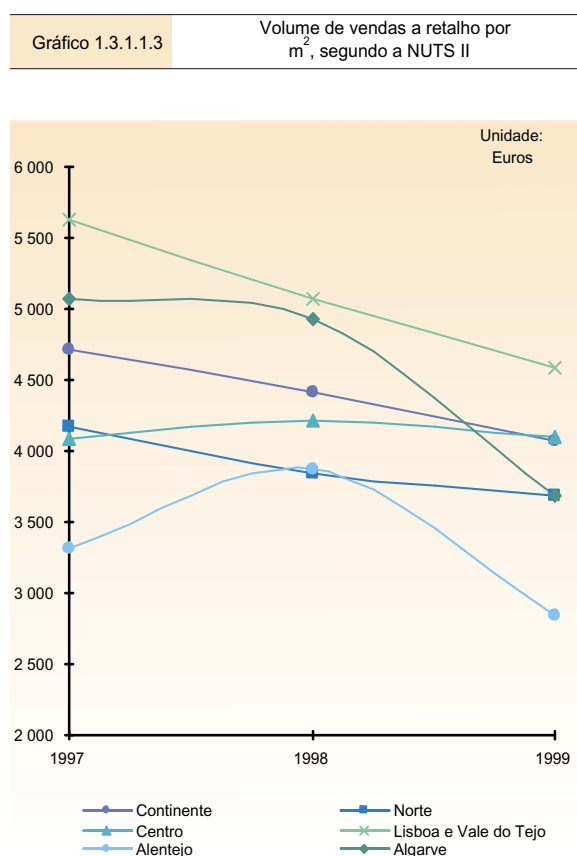


Foi nos estabelecimentos com área de exposição e venda entre 1 000 e 1 999 m² que estes produtos assumiram um peso relativo maior, tendo-se mantido acima dos 76,0% entre 1995 e 1999. Em 1995, o volume de vendas gerado por este tipo de produtos nestas unidades representava 76,5% do total dos produtos comercializados, e em 1999 atingiu os 77,5%. Com efeito, verifica-se que quanto maior o escalão de superfície de exposição e venda do estabelecimento, menor é o peso relativo do volume de vendas deste tipo de produtos. Nas unidades com 8 000 m² ou mais de área de exposição e venda, a comercialização destes bens gerou um volume de vendas a retalho que oscilou entre 52,8% e 54,5% do total dos produtos entre 1995 e 1999.

Gráfico 1.3.1.1.2 Peso relativo do volume de vendas a retalho no total dos produtos, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



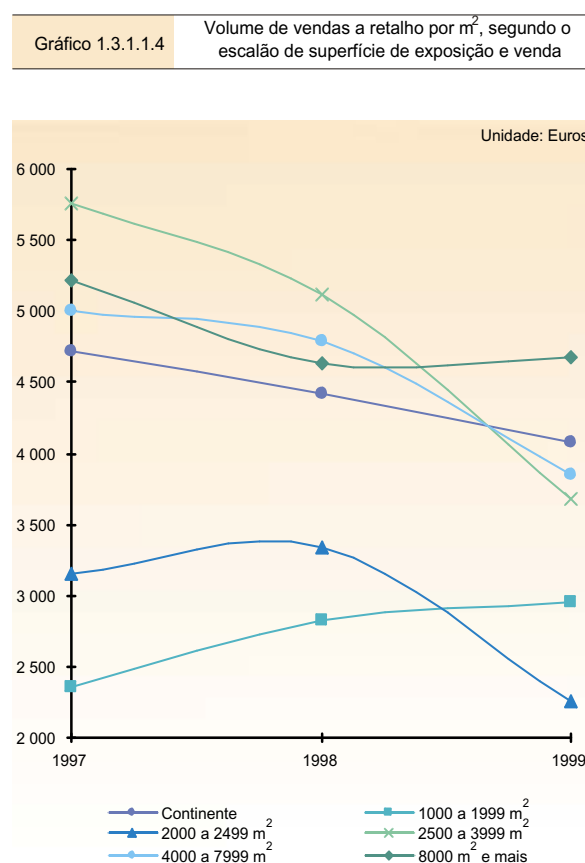
Comparando o volume de vendas destes bens com a área dos estabelecimentos é possível constatar que o volume de vendas por m² decresceu 13,7% entre 1997 e 1999. A região do Algarve foi aquela onde este indicador registou uma descida mais significativa, com -27,3% até 1999. Neste ano, a região de Lisboa e Vale do Tejo era aquela onde o volume de vendas por m² registava o valor mais elevado, seguida das regiões do Centro e do Norte.



Nos estabelecimentos com área de exposição e venda igual ou superior a 8 000 m², o volume de vendas por m² ascendeu a 4 682 euros em 1999 (-10,3% face a 1997). Note-se que este escalão assumiu o valor mais elevado em 1999, ao contrário do que sucedera anteriormente, quando os terceiro e quarto escalões registaram valores médios superiores.

Em 1997, foi no terceiro escalão que se observou o maior valor para este indicador, atingindo os 5 764 euros, mas caindo para 3 678 euros em 1999. No

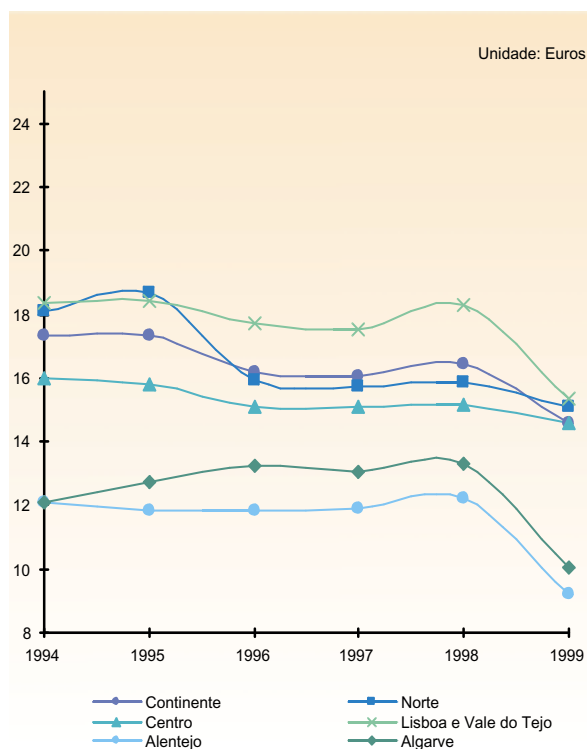
quarto escalão, o volume de vendas a retalho por m² também registou uma queda acentuada entre 1997 e 1999 (-23,1%). Por sua vez, no conjunto dos estabelecimentos com área de exposição e venda entre 1 000 e 1 999 m², o volume de vendas por m² registou uma evolução positiva neste período (+25,6%).



O gasto médio por cliente em produtos alimentares, bebidas e tabaco atingiu os 17,3 euros em 1994 em Portugal Continental, tendo decrescido até 1998 para os 16,4 euros. Em 1999, a queda foi mais acentuada e o gasto médio não foi além dos 14,6 euros. A região onde o gasto médio por cliente atingiu o maior valor entre 1994 e 1999 foi Lisboa e Vale do Tejo, onde o indicador atingiu 18,3 euros no primeiro ano e 15,3 euros no último, resultado de uma queda significativa em 1999 (-16,4%).

Por sua vez, às GSRA da região do Alentejo coube o menor gasto médio para o intervalo de tempo considerado, alcançando os 11,8 euros em 1995 e 1996 e os 9,2 euros em 1999.

Gráfico 1.3.1.1.5 Gasto médio por cliente, segundo a NUTS II

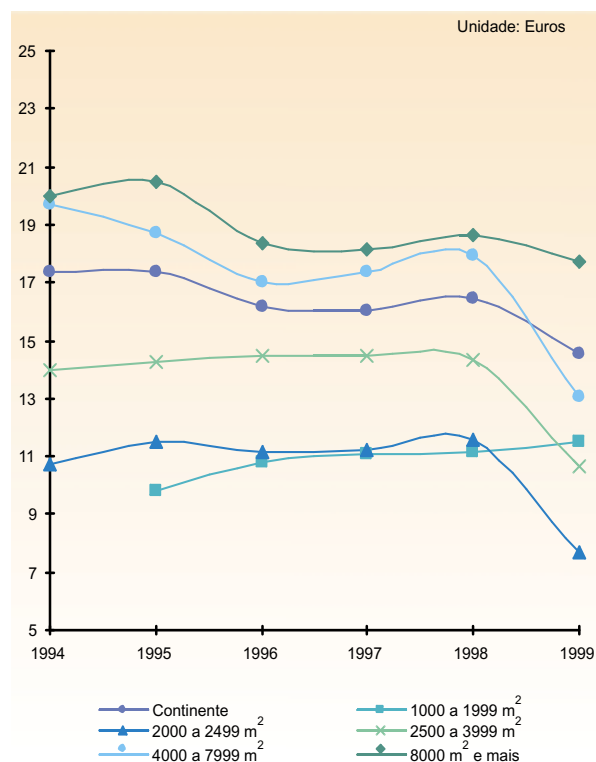


Nota: Em 1993 e 1994 os dados relativos às regiões do Alentejo e do Algarve estão agrupados por razões de segredo estatístico

Entre 1994 e 1999, o gasto médio por cliente era tanto maior quanto mais elevado era o escalão de superfície. Em 1995, no conjunto dos estabelecimentos do primeiro escalão, o gasto médio por cliente atingiu os 9,8 euros, enquanto no último escalão este indicador alcançou os 20,5 euros. Em 1999, esta ordem alterou-se, sendo que o escalão onde o indicador atingia o menor valor era o segundo, com 7,7 euros, seguido do terceiro e só depois o primeiro. A leitura do gráfico seguinte permite constatar que houve quedas acentuadas em 1999 no gasto médio por cliente dos estabelecimentos dos segundo, terceiro e quarto escalões de superfície.

Gráfico 1.3.1.1.6

Gasto médio por cliente, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



Quadros dos principais resultados

Quadro 1.3.1.1.1

Peso relativo do volume de vendas a retalho no total dos produtos, segundo a NUTS II

NUTS II								%
	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	
Continente	X	58,4	58,4	56,4	56,5	56,6	56,2	
Norte	X	59,2	56,5	56,4	58,4	58,4	55,8	
Centro	X	57,3	57,7	54,4	55,2	56,4	55,3	
Lisboa e Vale do Tejo	X	57,7	56,5	54,7	54,4	54,1	54,1	
Alentejo	X	62,3	68,4	65,1	64,9	64,1	63,7	
Algarve	X	63,9	67,3	65,3	64,6	66,2	68,7	

Quadro 1.3.1.1.2

Peso relativo do volume de vendas a retalho no total dos produtos, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

Escalão de superfície								%
	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	
Continente	X	58,4	58,4	56,4	56,5	56,6	56,2	
1000 a 1999 m ²	X	X	76,5	77,5	77,4	78,4	77,5	
2000 a 2499 m ²	X	67,3	70,7	65,6	66,7	66,7	65,4	
2500 a 3999 m ²	X	63,9	64,5	62,4	62,0	61,5	60,2	
4000 a 7999 m ²	X	69,3	63,0	56,4	56,7	59,1	57,2	
8000 m ² e mais	X	54,0	54,5	52,8	52,8	52,8	53,5	

Quadro 1.3.1.1.3 Volume de vendas a retalho por m², segundo a NUTS II

Unidade: Euros

NUTS II	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Continente	X	X	X	X	4 720	4 420	4 075
Norte	X	X	X	X	4 178	3 847	3 687
Centro	X	X	X	X	4 084	4 211	4 097
Lisboa e Vale do Tejo	X	X	X	X	5 623	5 075	4 581
Alentejo	X	X	X	X	3 320	3 877	2 846
Algarve	X	X	X	X	5 068	4 927	3 684

Nota: considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os 12 meses de cada ano.

Quadro 1.3.1.1.4 Volume de vendas a retalho por m², segundo o escalão de superfície de exposição e venda

Unidade: Euros

Escalão de superfície	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Continente	X	X	X	X	4 720	4 420	4 075
1000 a 1999 m ²	X	X	X	X	2 356	2 821	2 958
2000 a 2499 m ²	X	X	X	X	3 160	3 337	2 259
2500 a 3999 m ²	X	X	X	X	5 764	5 117	3 678
4000 a 7999 m ²	X	X	X	X	5 002	4 787	3 847
8000 m ² e mais	X	X	X	X	5 217	4 640	4 682

Nota: considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os 12 meses de cada ano.

Quadro 1.3.1.1.5

Gasto médio por cliente, segundo a NUTS II

Unidade: Euros

NUTS II	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Continente	X	17,3	17,4	16,2	16,0	16,4	14,6
Norte	X	18,1	18,6	15,9	15,8	15,9	15,1
Centro	X	16,0	15,8	15,1	15,1	15,2	14,6
Lisboa e Vale do Tejo	X	18,3	18,4	17,7	17,5	18,3	15,3
Alentejo	X	12,1 ^{a)}	11,8	11,8	11,9	12,2	9,2
Algarve	X		12,7	13,3	13,0	13,3	10,0

^{a)} Dados agrupados por razões de segredo estatístico

Quadro 1.3.1.1.6

Gasto médio por cliente, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

Unidade: Euros

Escalão de superfície	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Continente	X	17,3	17,4	16,2	16,0	16,4	14,6
1000 a 1999 m ²	X	X	9,8	10,8	11,1	11,2	11,5
2000 a 2499 m ²	X	10,8	11,5	11,1	11,2	11,5	7,7
2500 a 3999 m ²	X	14,0	14,3	14,4	14,5	14,3	10,6
4000 a 7999 m ²	X	19,7	18,7	17,0	17,4	17,9	13,1
8000 m ² e mais	X	20,0	20,5	18,4	18,2	18,6	17,7

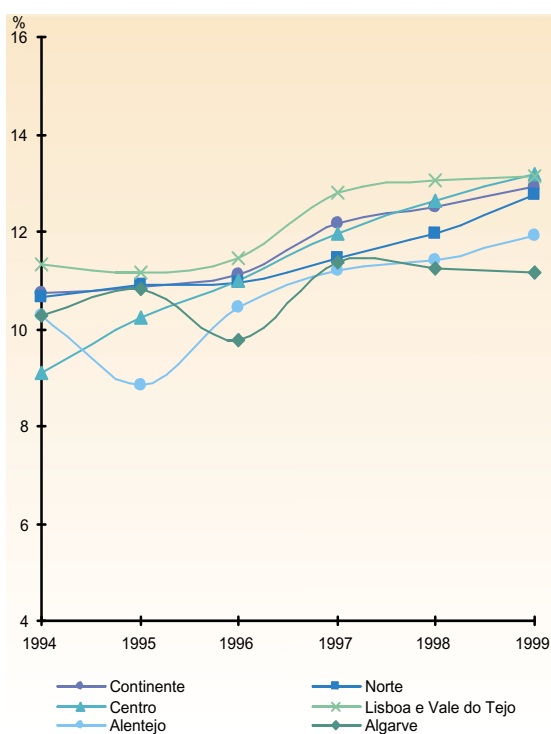
1.3.1.2 Produtos farmacêuticos, médicos, cosméticos e de higiene

Ao contrário do que aconteceu com os produtos alimentares, bebidas e tabaco, estes bens ganharam alguma importância em termos de volume de vendas gerado no intervalo de tempo compreendido entre 1994 e 1999. Em 1994, a comercialização destes produtos deu origem a 10,8% do total do volume de vendas a retalho dos estabelecimentos em análise, percentagem que se tornou mais expressiva até 1999, quando atingiu os 12,9%.

A região onde a venda destes bens gerou um volume de vendas a retalho cada vez mais significativo foi a região Centro, onde representava 9,1% em 1994, aumentando para 13,2% em 1999. No último ano da análise, o peso relativo do volume de vendas destes produtos nas regiões do Alentejo e do Algarve, era o menor em Portugal Continental, como é fácil observar no gráfico que se segue.

Gráfico 1.3.1.2.1

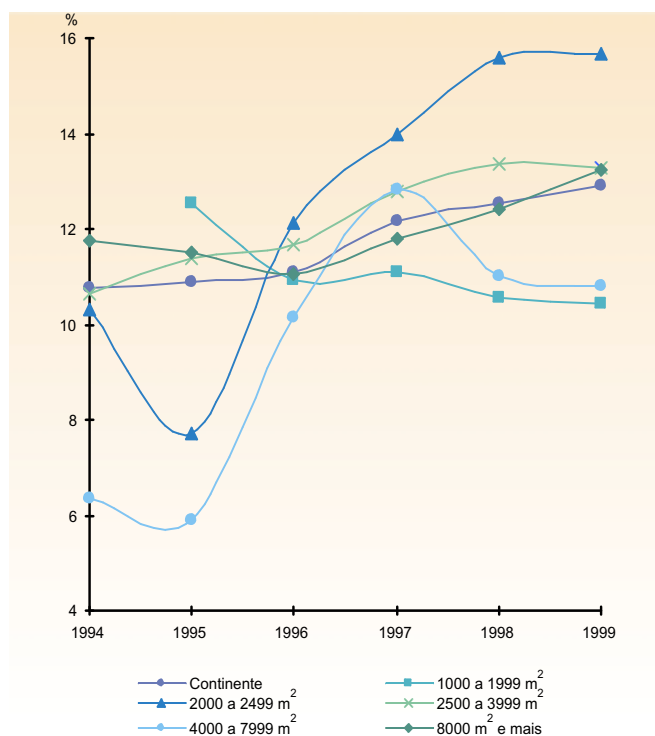
Peso relativo do volume de vendas a retalho no total dos produtos, segundo a NUTS II



Em 1999, o volume de vendas a retalho destes produtos assumiu maior peso relativo no conjunto dos estabelecimentos com área de exposição e venda entre 2 000 e 2 499 m², 15,7%, face aos 10,3% observados em 1994. Nos estabelecimentos com área entre 1 000 e 1 999 m², este indicador ficou-se pelos 10,4% em 1999, abaixo dos 12,5% verificados em 1995. Por sua vez, nas unidades com 8 000 m² ou mais, o volume de venda a retalho ascendeu a 11,7% do total dos produtos em 1994, tendo subido para 13,3% em 1999.

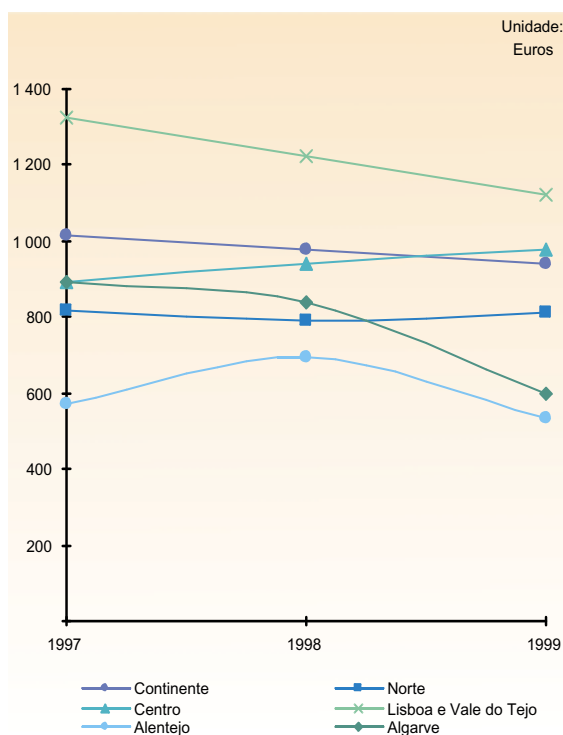
Gráfico 1.3.1.2.2

Peso relativo do volume de vendas a retalho no total dos produtos, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



O volume de vendas a retalho por m² decresceu entre 1997 e 1999 em Portugal Continental, descendo 7,6%. A única região onde este indicador manteve uma tendência crescente foi o Centro, que atingiu os 978 euros por m² em 1999, mais 9,6% relativamente a 1997. Por outro lado, é de referir que se observou uma queda mais pronunciada do volume de vendas a retalho por m², na região do Algarve.

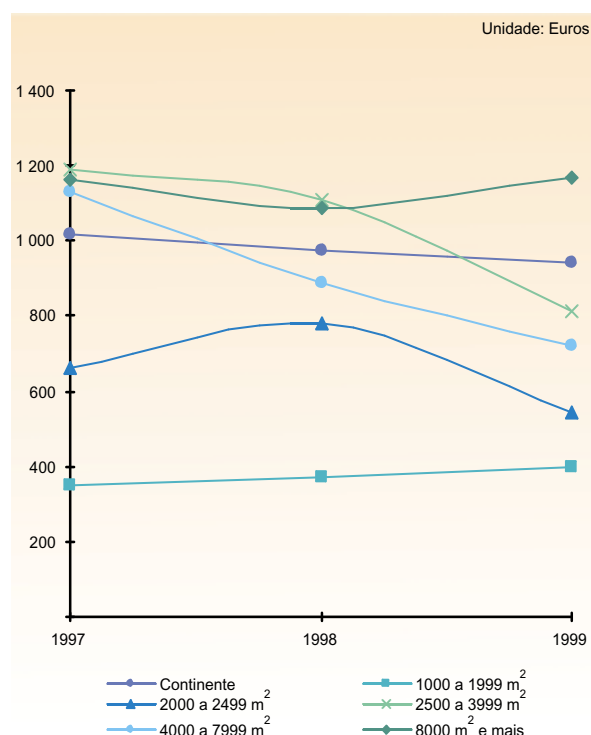
Gráfico 1.3.1.2.3

Volume de vendas a retalho por m^2 , segundo a NUTS II

Nota: considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os 12 meses de cada ano.

Ao analisar o volume de vendas por m^2 de exposição e venda segundo o escalão de superfície, verifica-se que apenas se registaram acréscimos, embora ligeiros, nos primeiro e último escalões. Por sua vez, no conjunto dos estabelecimentos com área entre 2 500 e 3 999 m^2 de exposição e venda houve uma queda entre 1997 e 1999 (-31,8%). No escalão seguinte a queda foi ainda mais acentuada (-36,2%).

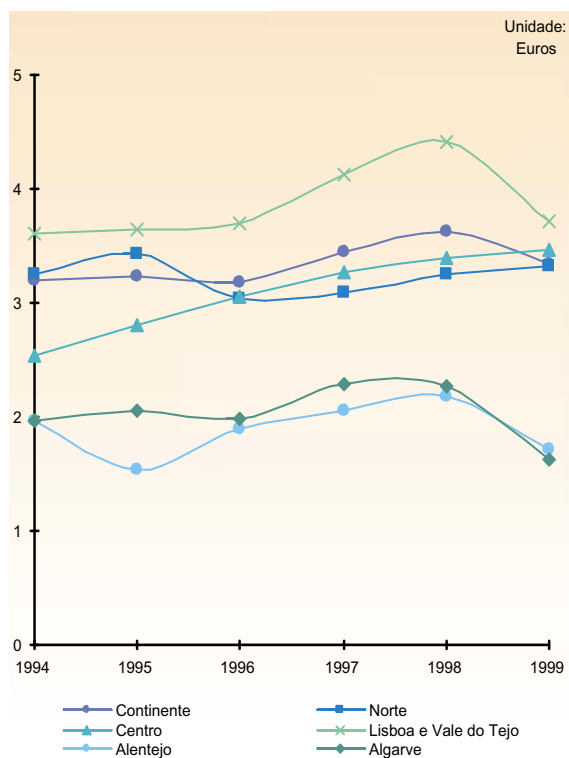
Gráfico 1.3.1.2.4

Volume de vendas a retalho por m^2 , segundo o escalão de superfície de exposição e venda

Nota: considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os 12 meses de cada ano.

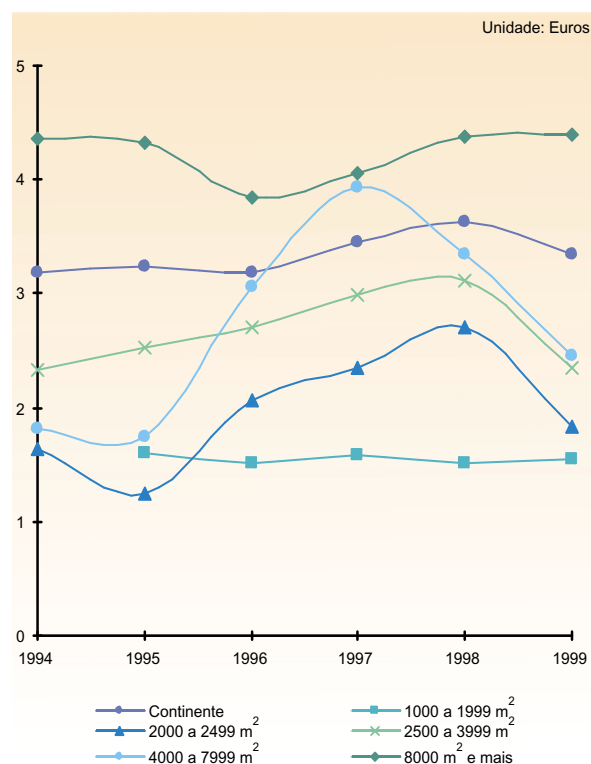
O gasto médio por cliente neste tipo de bens cresceu ligeiramente até 1998, para 3,6 euros, tendo voltado aos 3,3 euros em 1999. As regiões do Alentejo e do Algarve foram aquelas onde o gasto médio atingiu valores mais baixos entre 1994 e 1999, alcançando 1,7 e 1,6 euros, respectivamente, no último ano em análise. Por outro lado, a região de Lisboa e Vale do Tejo manteve, no intervalo de tempo considerado, o mais elevado gasto médio. De referir ainda que até 1998, este indicador cresceu em todas as regiões, mas em 1999 observaram-se decréscimos.

Gráfico 1.3.1.2.5 Gasto médio por cliente, segundo a NUTS II



Nota: Em 1993 e 1994 os dados relativos às regiões do Alentejo e do Algarve estão agrupados por razões de segredo estatístico

Gráfico 1.3.1.2.6 Gasto médio por cliente, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



O gasto médio por cliente neste tipo de bens manteve-se claramente superior nos estabelecimentos com 8 000 m² e mais de área de exposição e venda, onde ascendeu a 4,4 euros em 1999, o mesmo valor de 1994 e 1998. Por sua vez, no conjunto dos estabelecimentos do primeiro escalão, o gasto médio por cliente oscilou entre 1,5 e 1,6 euros no período considerado. Por outro lado, nos três escalões seguintes verificou-se um crescimento do indicador até 1997, mas em 1998 os decréscimos fizeram com que os valores não fossem além dos 3,3 euros.

Quadros dos principais resultados

Quadro 1.3.1.2.1

Peso relativo do volume de vendas a retalho no total dos produtos, segundo a NUTS II

NUTS II								%
	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	
Continente	X	10,8	10,9	11,1	12,2	12,5	12,9	
Norte	X	10,6	10,9	10,9	11,4	12,0	12,8	
Centro	X	9,1	10,2	11,0	12,0	12,6	13,2	
Lisboa e Vale do Tejo	X	11,3	11,2	11,4	12,8	13,0	13,1	
Alentejo	X	10,3	8,8	10,4	11,2	11,4	11,9	
Algarve	X	10,3	10,8	9,8	11,4	11,2	11,1	

Quadro 1.3.1.2.2

Peso relativo do volume de vendas a retalho no total dos produtos, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

Escalão de superfície								%
	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	
Continente	X	10,8	10,9	11,1	12,2	12,5	12,9	
1000 a 1999 m ²	X	X	12,5	10,9	11,1	10,5	10,4	
2000 a 2499 m ²	X	10,3	7,7	12,1	14,0	15,6	15,7	
2500 a 3999 m ²	X	10,6	11,4	11,7	12,8	13,4	13,3	
4000 a 7999 m ²	X	6,4	5,9	10,1	12,8	11,0	10,8	
8000 m ² e mais	X	11,7	11,5	11,1	11,8	12,4	13,3	

Quadro 1.3.1.2.3 Volume de vendas a retalho por m², segundo a NUTS II

Unidade: Euros

NUTS II	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Continente	X	X	X	X	1 017	976	940
Norte	X	X	X	X	819	789	811
Centro	X	X	X	X	892	942	978
Lisboa e Vale do Tejo	X	X	X	X	1 327	1 226	1 121
Alentejo	X	X	X	X	573	694	533
Algarve	X	X	X	X	891	838	597

Nota: considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os 12 meses de cada ano.

Quadro 1.3.1.2.4 Volume de vendas a retalho por m², segundo o escalão de superfície de exposição e venda

Unidade: Euros

Escalão de superfície	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Continente	X	X	X	X	1 017	976	940
1000 a 1999 m ²	X	X	X	X	348	371	399
2000 a 2499 m ²	X	X	X	X	662	782	543
2500 a 3999 m ²	X	X	X	X	1 191	1 112	812
4000 a 7999 m ²	X	X	X	X	1 133	891	723
8000 m ² e mais	X	X	X	X	1 161	1 090	1 167

Nota: considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os 12 meses de cada ano.

Quadro 1.3.1.2.5

Gasto médio por cliente, segundo a NUTS II

Unidade: Euros

NUTS II	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Continente	X	3,2	3,2	3,2	3,5	3,6	3,3
Norte	X	3,3	3,4	3,0	3,1	3,3	3,3
Centro	X	2,5	2,8	3,0	3,3	3,4	3,5
Lisboa e Vale do Tejo	X	3,6	3,6	3,7	4,1	4,4	3,7
Alentejo	X	2,0 ^{a)}	1,5	1,9	2,1	2,2	1,7
Algarve	X		2,0	2,0	2,3	2,3	1,6

a) Dados agrupados por razões de segredo estatístico

Quadro 1.3.1.2.6

Gasto médio por cliente, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

Unidade: Euros

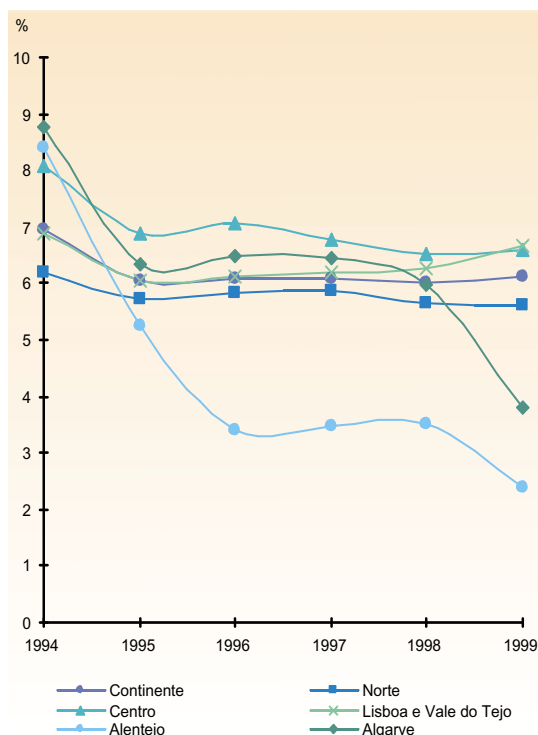
Escalão de superfície	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Continente	X	3,2	3,2	3,2	3,5	3,6	3,3
1000 a 1999 m ²	X	X	1,6	1,5	1,6	1,5	1,6
2000 a 2499 m ²	X	1,6	1,2	2,1	2,4	2,7	1,8
2500 a 3999 m ²	X	2,3	2,5	2,7	3,0	3,1	2,3
4000 a 7999 m ²	X	1,8	1,7	3,1	3,9	3,3	2,5
8000 m ² e mais	X	4,4	4,3	3,9	4,1	4,4	4,4

1.3.1.3 Produtos têxteis, vestuário, calçado e artigos de couro

Em 1994, o peso relativo do volume de vendas gerado pela comercialização de produtos têxteis, vestuário, calçado e artigos de couro nas GSRA, representava 7,0% do total dos produtos. Em 1995, este indicador decresceu, não indo além dos 6,0%, e em 1999 ficou-se pelos 6,1%. Em todas as regiões, no período em análise, o volume de vendas gerado por estes bens tornou-se menos expressivo, excepto no caso de Lisboa e Vale do Tejo. No entanto, foi nas regiões do Alentejo e do Algarve que se observaram os decréscimos mais significativos em termos de peso relativo do volume de vendas a retalho destes produtos.

Gráfico 1.3.1.3.1

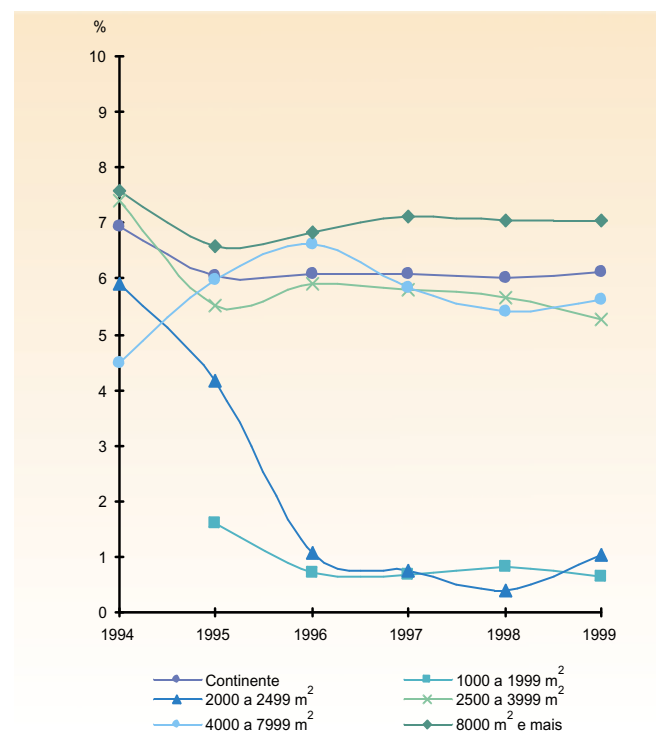
Peso relativo do volume de vendas a retalho no total dos produtos, segundo a NUTS II



Somente no conjunto dos estabelecimentos do quarto escalão de superfície se observou um aumento do peso relativo do volume de vendas a retalho dos bens em análise, entre 1994 e 1999, passando de 4,5% para 5,6%.

É de referir que se observou uma queda acentuada deste indicador no segundo escalão, atingindo apenas 1,0% em 1999, face aos 5,9% registados em 1994. Em 1999, quanto maior o escalão de superfície, mais elevado o peso relativo destes produtos em termos de volume de vendas realizado.

Gráfico 1.3.1.3.2 Peso relativo do volume de vendas a retalho no total dos produtos, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

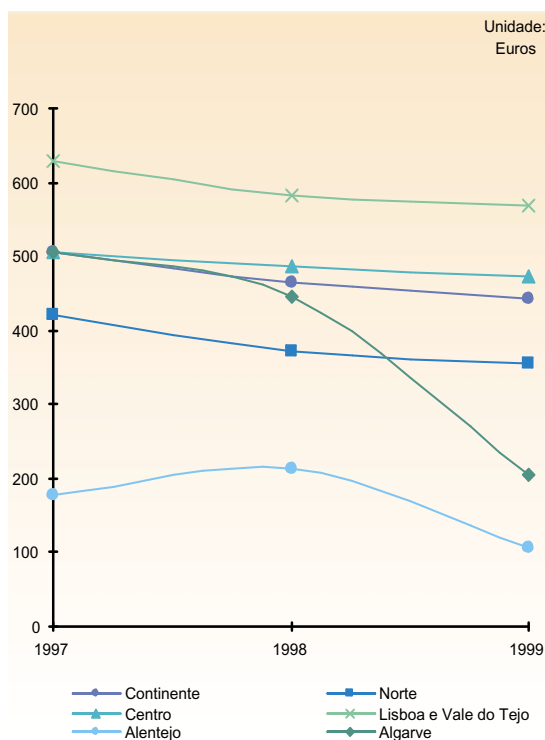


O volume de vendas a retalho por m² de exposição e venda atingiu os 442 euros em 1999 em Portugal Continental, menos 12,5% relativamente a 1997. A região onde a descida deste indicador foi mais prenunciada foi o Algarve, sobretudo de 1998 para 1999. Em 1999, a região onde este indicador assumiu o valor mais elevado foi Lisboa e Vale do Tejo, com 570 euros por m², seguida da região Centro, com 472 euros, e da região Norte, com 356 euros.

De assinalar que, sobretudo a venda de produtos têxteis, vestuário, calçado e artigos de couro e de produtos para a casa e para o lar, sofreram alterações significativas. Isto ficou a dever-se, em grande parte, à já referida reorganização do Comércio efectuado em

GSRA de algumas cadeias que implementaram outros estabelecimentos especializados na venda de certos bens.

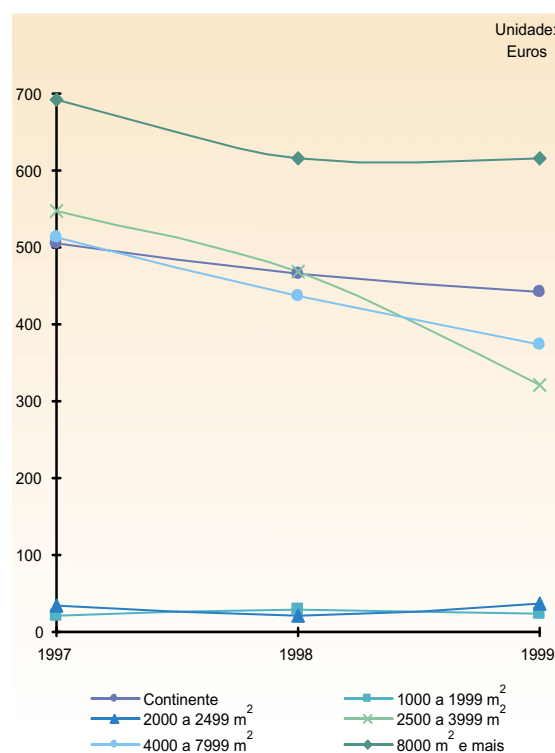
Gráfico 1.3.1.3.3 Volume de vendas a retalho por m^2 , segundo a NUTS II



Nota: considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os 12 meses de cada ano.

O volume de vendas por m^2 aumentou à medida que se sobe de escalão de superfície. Com efeito, em 1999, os estabelecimentos com 8 000 m^2 ou mais de área de exposição e venda obtiveram, em média, 615 euros por m^2 com venda dos bens em análise, enquanto as unidades do primeiro escalão não foram além dos 25 euros. De referir ainda que este indicador registou um acréscimo, ainda que ligeiro, nos dois primeiros escalões, enquanto nos restantes se observou uma descida.

Gráfico 1.3.1.3.4 Volume de vendas a retalho por m^2 , segundo o escalão de superfície de exposição e venda



Nota: considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os 12 meses de cada ano.

O gasto médio por cliente em produtos têxteis, vestuário, calçado e artigos de couro realizado em GSRA decresceu de 2,1 euros em 1994 para 1,6 euros em 1999. No período sobre o qual é feita a análise, foi na região de Lisboa e Vale do Tejo que o gasto médio nestes produtos assumiu o valor mais elevado, oscilando entre 1,9 e 2,2 euros. Por sua vez, na região do Alentejo, o gasto médio por cliente não foi além dos 0,9.

Gráfico 1.3.1.3.5

Gasto médio por cliente, segundo a NUTS II

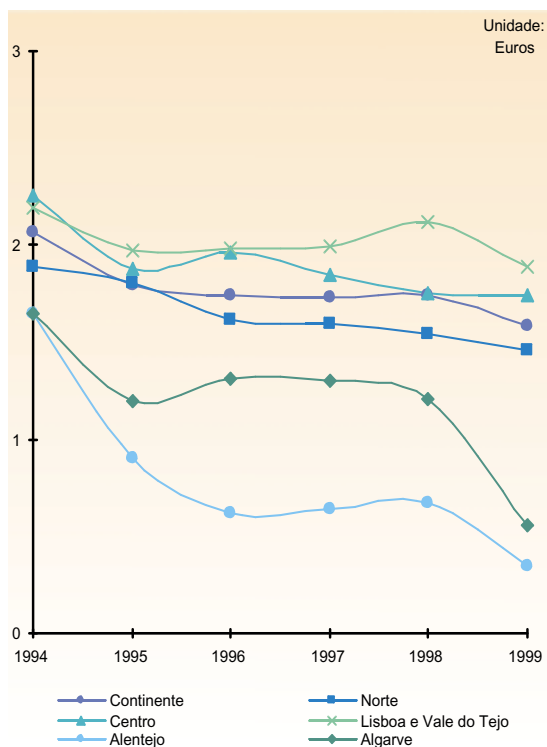
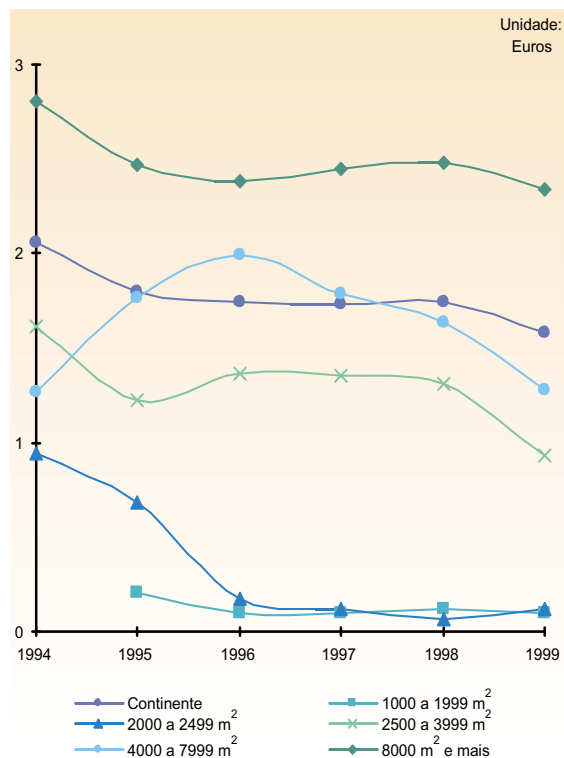


Gráfico 1.3.1.3.6

Gasto médio por cliente, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



O gasto médio por cliente assumiu valores superiores nas unidades com maior área de exposição e venda, no período em análise. Com efeito, nas unidades incluídas no último escalão, o gasto médio por transacção ascendeu a 2,3 euros em 1999, enquanto no primeiro escalão não ultrapassou os 0,1 euros.

Quadros dos principais resultados

Quadro 1.3.1.3.1

Peso relativo do volume de vendas a retalho no total dos produtos, segundo a NUTS II

NUTS II	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	%
Continente	X	7,0	6,0	6,1	6,1	6,0	6,1	
Norte	X	6,2	5,7	5,8	5,9	5,7	5,6	
Centro	X	8,1	6,9	7,1	6,8	6,5	6,6	
Lisboa e Vale do Tejo	X	6,9	6,0	6,1	6,2	6,3	6,7	
Alentejo	X	8,4	5,2	3,4	3,5	3,5	2,4	
Algarve	X	8,8	6,3	6,5	6,4	6,0	3,8	

Quadro 1.3.1.3.2

Peso relativo do volume de vendas a retalho no total dos produtos, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

Escalão de superfície	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	%
Continente	X	7,0	6,0	6,1	6,1	6,0	6,1	
1000 a 1999 m ²	X	X	1,6	0,7	0,7	0,8	0,6	
2000 a 2499 m ²	X	5,9	4,2	1,1	0,7	0,4	1,0	
2500 a 3999 m ²	X	7,4	5,5	5,9	5,8	5,6	5,3	
4000 a 7999 m ²	X	4,5	6,0	6,6	5,8	5,4	5,6	
8000 m ² e mais	X	7,6	6,6	6,8	7,1	7,0	7,0	

Quadro 1.3.1.3.3 Volume de vendas a retalho por m², segundo a NUTS II

Unidade: Euros

NUTS II	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Continente	X	X	X	X	505	466	442
Norte	X	X	X	X	420	373	356
Centro	X	X	X	X	506	486	472
Lisboa e Vale do Tejo	X	X	X	X	629	582	570
Alentejo	X	X	X	X	179	214	106
Algarve	X	X	X	X	505	445	205

Nota: considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os 12 meses de cada ano.

Quadro 1.3.1.3.4 Volume de vendas a retalho por m², segundo o escalão de superfície de exposição e venda

Unidade: Euros

Escalão de superfície	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Continente	X	X	X	X	505	466	442
1000 a 1999 m ²	X	X	X	X	22	28	25
2000 a 2499 m ²	X	X	X	X	35	20	36
2500 a 3999 m ²	X	X	X	X	547	469	321
4000 a 7999 m ²	X	X	X	X	514	437	373
8000 m ² e mais	X	X	X	X	691	616	615

Nota: considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os 12 meses de cada ano.

Quadro 1.3.1.3.5

Gasto médio por cliente, segundo a NUTS II

Unidade: Euros

NUTS II	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Continente	X	2,1	1,8	1,7	1,7	1,7	1,6
Norte	X	1,9	1,8	1,6	1,6	1,5	1,5
Centro	X	2,3	1,9	2,0	1,8	1,7	1,7
Lisboa e Vale do Tejo	X	2,2	2,0	2,0	2,0	2,1	1,9
Alentejo	X	1,7 ^{a)}	0,9	0,6	0,6	0,7	0,3
Algarve	X		1,2	1,3	1,3	1,2	0,6

^{a)} Dados agrupados por razões de segredo estatístico

Quadro 1.3.1.3.6

Gasto médio por cliente, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

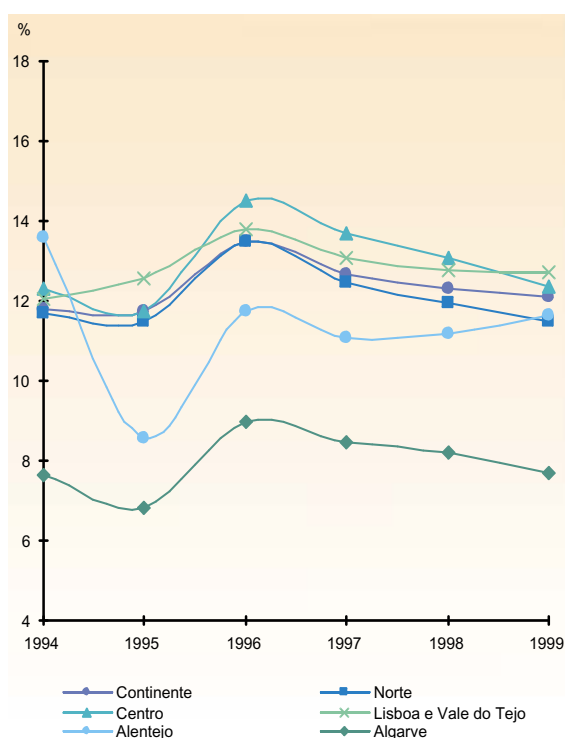
Unidade: Euros

Escalão de superfície	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Continente	X	2,1	1,8	1,7	1,7	1,7	1,6
1000 a 1999 m ²	X	X	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1
2000 a 2499 m ²	X	0,9	0,7	0,2	0,1	0,1	0,1
2500 a 3999 m ²	X	1,6	1,2	1,4	1,4	1,3	0,9
4000 a 7999 m ²	X	1,3	1,8	2,0	1,8	1,6	1,3
8000 m ² e mais	X	2,8	2,5	2,4	2,5	2,5	2,3

1.3.1.4 Produtos para a casa e para o lar

Os produtos para a casa e para o lar foram responsáveis por um volume de vendas a retalho nas GSRA, que oscilou entre 11,7% e 13,5% no período em análise. Em 1999, era na região de Lisboa e Vale do Tejo que o peso relativo do volume de vendas destes produtos assumia um valor superior, tendo atingido os 12,7%, acima dos 12,0% observados em 1994. Contudo, nos três anos anteriores, era na região Centro que o volume de vendas gerado por estes bens era mais significativo, tendo alcançado os 14,5% em 1996.

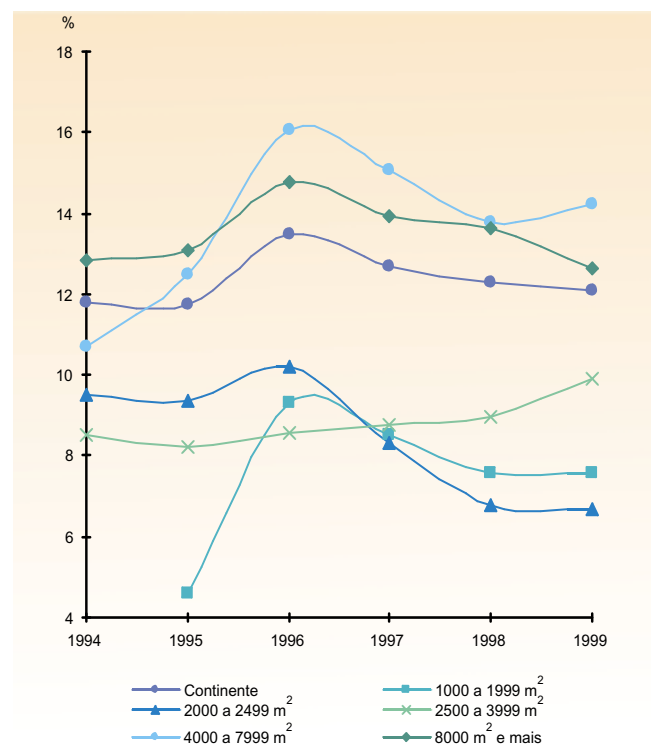
Gráfico 1.3.1.4.1 Peso relativo do volume de vendas a retalho no total dos produtos, segundo a NUTS II



Entre 1996 e 1999, o volume de vendas com origem na comercialização de bens para a casa e para o lar era mais significativo nos estabelecimentos com área de exposição e venda entre 4 000 e 7 999 m², atingindo o máximo de 16,1% em 1996 e em 1999 ficou-se pelos 14,2%.

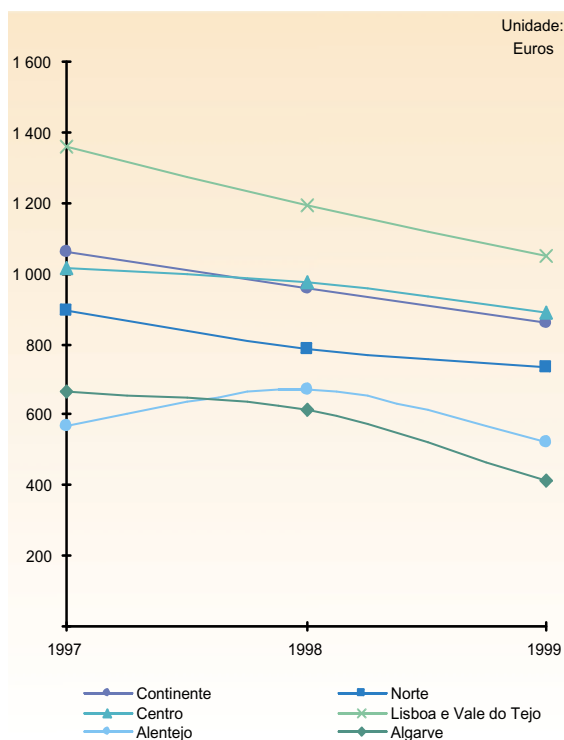
Por seu lado, no conjunto dos estabelecimentos com área de exposição e venda entre 1 000 e 1 999 m² o peso relativo do volume de vendas destes produtos ganhou alguma expressão entre 1995 e 1999, ao passar dos 4,6% para os 7,6%, depois de ter atingido um máximo de 9,3% em 1996.

Gráfico 1.3.1.4.2 Peso relativo do volume de vendas a retalho no total dos produtos, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



O decréscimo mais significativo do volume de vendas a retalho por m² de superfície de exposição e venda, observou-se nos estabelecimentos da região do Algarve, onde este indicador se ficou pelos 412 euros em 1999, menos 38,0% face a 1997. Na região de Lisboa e Vale do Tejo a queda também foi significativa, perdendo 22,8%. Esta foi também a região onde o indicador em análise atingiu o valor mais elevado, 1 049 euros em 1999, menos 309 euros do que em 1997.

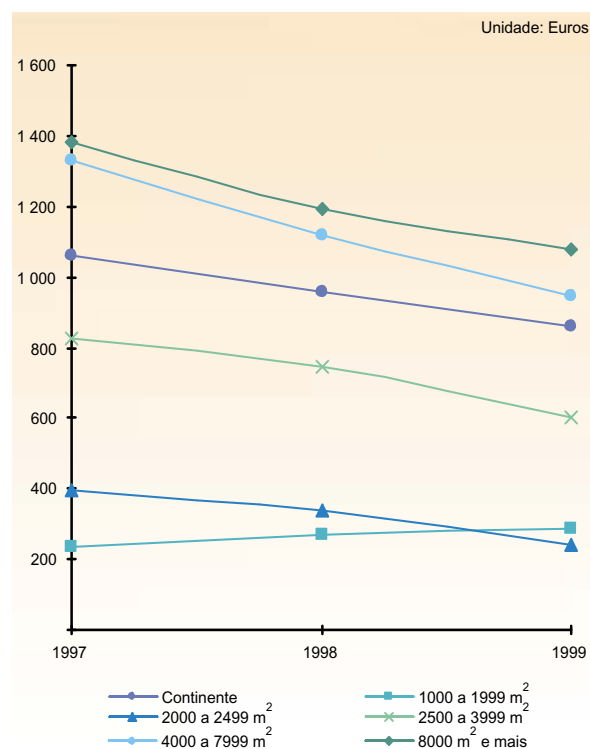
Gráfico 1.3.1.4.3

Volume de vendas a retalho por m², segundo a NUTS II

Nota: considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os 12 meses de cada ano.

Em 1997 e 1998, o volume de vendas a retalho por m² gerado por estes produtos era tanto maior quanto maior o escalão de superfície. Em 1999, esta situação alterou-se um pouco, sendo que o indicador assumia um valor no primeiro escalão superior ao observado no conjunto dos estabelecimentos do escalão seguinte. Assim, nos estabelecimentos com área de exposição e venda compreendida entre 1 000 e 1 999 m² o volume de vendas a retalho por m² atingiu os 289 euros em 1999, mais 23,5% do que o observado em 1997, enquanto no último escalão o indicador alcançou os 1 081 euros no último ano, menos 21,8% do que em 1997.

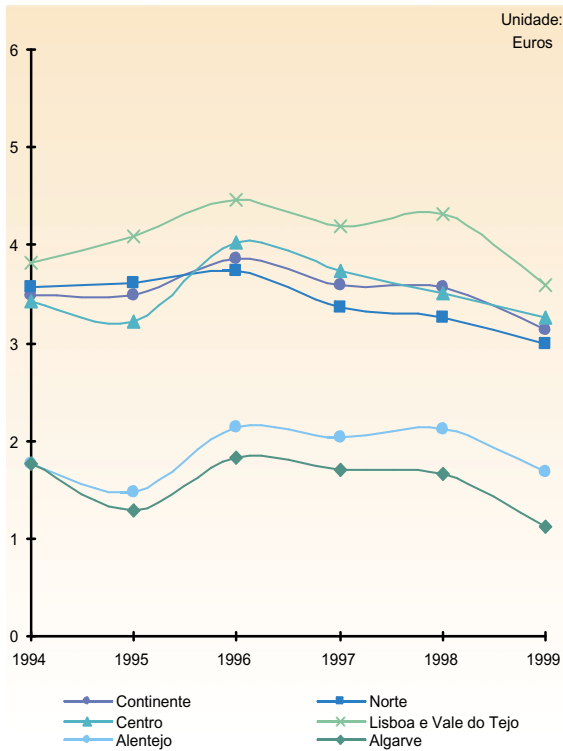
Gráfico 1.3.1.4.4

Volume de vendas a retalho por m², segundo o escalão de superfície de exposição e venda

Nota: considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os 12 meses de cada ano.

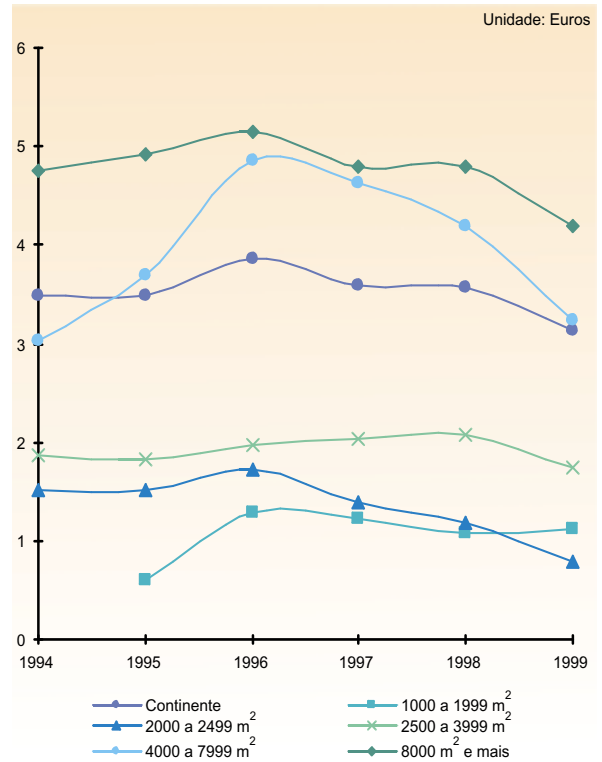
O gasto médio em produtos para a casa e para o lar, por transacção efectuada nas GSRA de Portugal Continental, atingiu os 3,1 euros em 1999, abaixo dos 3,5 euros registados em 1994, e depois de ter atingido um máximo de 3,9 euros em 1996. De assinalar que, foi na região de Lisboa e Vale do Tejo que o gasto médio por transacção alcançou um valor mais expressivo em 1999, 3,6 euros, mas abaixo do máximo de 4,5 euros a que ascendeu em 1996. Por sua vez, na região do Algarve este indicador não foi além dos 1,1 euros em 1999, tendo também atingido um valor máximo de 1,8 euros em 1996.

Gráfico 1.3.1.4.5 Gasto médio por cliente, segundo a NUTS II



Nota: Em 1993 e 1994 os dados relativos às regiões do Alentejo e do Algarve estão agrupados por razões de segredo estatístico

Gráfico 1.3.1.4.6 Gasto médio por cliente, segundo o escalão de superfície de exposição e venda



Em 1999, o gasto médio por cliente assumia um valor mais elevado nos estabelecimentos do último escalão, 4,2 euros, seguido do observado no conjunto das unidades do quarto escalão, que se ficou pelos 3,2 euros. Entre 1995 e 1999, apenas no conjunto das unidades do primeiro escalão de superfície o gasto médio neste tipo de bens aumentou, de 0,6 para 1,1 euros, apesar de ter atingido 1,3 euros em 1996.

Quadros dos principais resultados

Quadro 1.3.1.4.1		Peso relativo do volume de vendas a retalho no total dos produtos, segundo a NUTS II						

Quadro 1.3.1.4.3 Volume de vendas a retalho por m², segundo a NUTS II

Unidade: Euros

NUTS II	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Continente	X	X	X	X	1 063	956	860
Norte	X	X	X	X	892	788	731
Centro	X	X	X	X	1 017	976	887
Lisboa e Vale do Tejo	X	X	X	X	1 358	1 191	1 049
Alentejo	X	X	X	X	566	668	520
Algarve	X	X	X	X	665	613	412

Nota: considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os 12 meses de cada ano.

Quadro 1.3.1.4.4 Volume de vendas a retalho por m², segundo o escalão de superfície de exposição e venda

Unidade: Euros

Escalão de superfície	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Continente	X	X	X	X	1063	956	860
1000 a 1999 m ²	X	X	X	X	234	272	289
2000 a 2499 m ²	X	X	X	X	394	336	239
2500 a 3999 m ²	X	X	X	X	827	744	604
4000 a 7999 m ²	X	X	X	X	1331	1119	948
8000 m ² e mais	X	X	X	X	1383	1194	1081

Nota: considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os 12 meses de cada ano.

Quadro 1.3.1.4.5

Gasto médio por cliente, segundo a NUTS II

Unidade: Euros

NUTS II	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Continente	X	3,5	3,5	3,9	3,6	3,6	3,1
Norte	X	3,6	3,6	3,7	3,4	3,3	3,0
Centro	X	3,4	3,2	4,0	3,7	3,5	3,3
Lisboa e Vale do Tejo	X	3,8	4,1	4,5	4,2	4,3	3,6
Alentejo	X	1,8 ^{a)}	1,5	2,1	2,0	2,1	1,7
Algarve	X		1,3	1,8	1,7	1,7	1,1

a) Dados agrupados por razões de segredo estatístico

Quadro 1.3.1.4.6

Gasto médio por cliente, segundo o escalão de superfície de exposição e venda

Unidade: Euros

Escalão de superfície	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Continente	X	3,5	3,5	3,9	3,6	3,6	3,1
1000 a 1999 m ²	X	X	0,6	1,3	1,2	1,1	1,1
2000 a 2499 m ²	X	1,5	1,5	1,7	1,4	1,2	0,8
2500 a 3999 m ²	X	1,9	1,8	2,0	2,0	2,1	1,7
4000 a 7999 m ²	X	3,0	3,7	4,8	4,6	4,2	3,2
8000 m ² e mais	X	4,8	4,9	5,1	4,8	4,8	4,2

1.3.2 Unidades Comerciais de Dimensão Relevante (UCDR)

1.3.2.1 Produtos alimentares, bebidas e tabaco

Em 2000, a comercialização de produtos alimentares, bebidas e tabaco, em estabelecimentos do Comércio a retalho alimentar e misto deu origem a 66,1% do total do volume de vendas realizado, e em 2001 atingiu os 66,5%. Foi nas unidades que se incluíam no primeiro escalão de superfície, que o peso relativo destes bens, em termos de volume de vendas, atingiu um valor mais elevado, 81,9% em 2000 e 81,6% em 2001, enquanto nos estabelecimentos com área de exposição e venda igual ou superior a 8 000 m², este indicador se ficou pelos 56,0% em 2000 e 55,8% em 2001.

total do volume de vendas, tendo alcançado os 69,6% em 2000 e os 68,2% em 2001.

Gráfico 1.3.2.1.2

Peso relativo do volume de vendas a retalho no total dos produtos comercializados em estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo a NUTS II

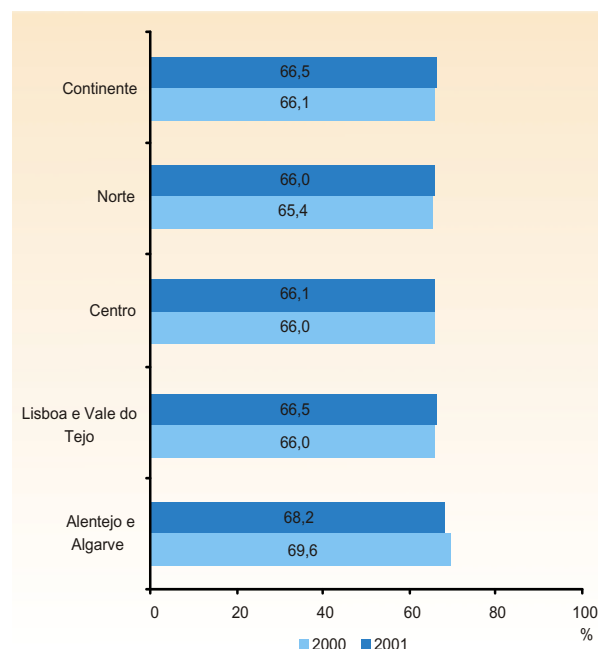
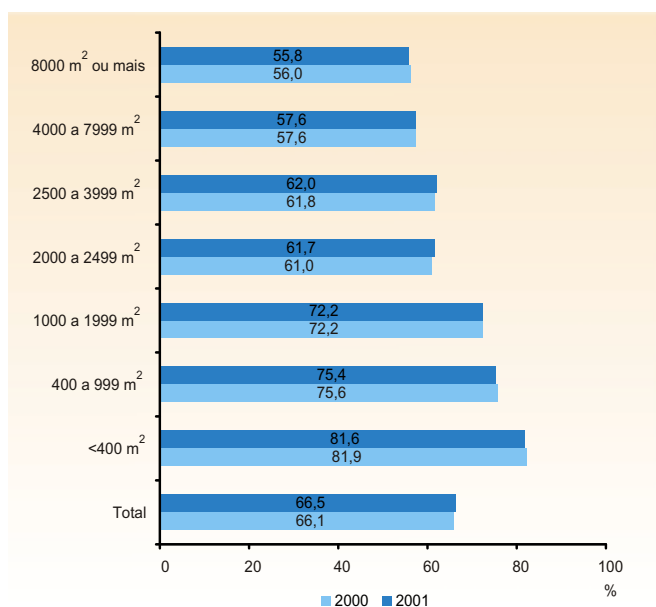


Gráfico 1.3.2.1.1

Peso relativo do volume de vendas a retalho no total dos produtos comercializados em estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície

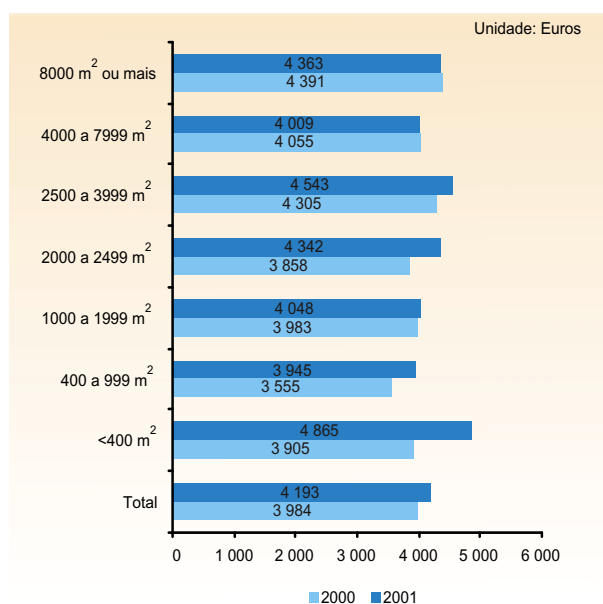


O volume de vendas a retalho por m² de área de exposição e venda, gerado com a comercialização destes bens atingiu, em Portugal Continental, os 3 984 euros em 2000 e os 4 193 euros em 2001. No último ano em análise, foi nos estabelecimentos com área de exposição e venda inferior a 400 m² que este indicador atingiu um valor mais elevado, tendo atingido os 4 865 euros, mais 24,6% do que o observado no ano anterior. Por sua vez, nos estabelecimentos do último escalão de área, este indicador ficou-se pelos 4 363 euros em 2001, ligeiramente abaixo dos 4 391 euros registados no ano anterior.

A análise do mesmo indicador, numa perspectiva regional, revela que foi no conjunto das regiões do Alentejo e do Algarve que o volume de vendas a retalho gerado por este tipo de bens teve maior expressão no

Gráfico 1.3.2.1.3

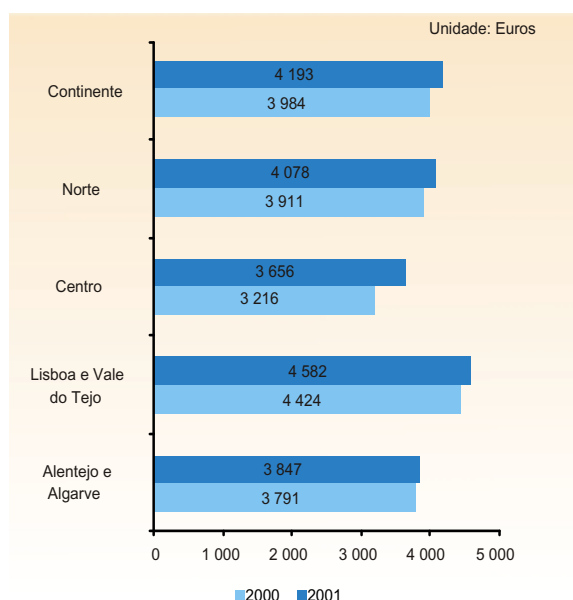
Volume de vendas a retalho por m² de área de exposição e venda em estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície



A região de Lisboa e Vale do Tejo foi aquela onde o volume de vendas a retalho por m² de área de exposição e venda, atingiu um valor mais significativo, 4 424 euros em 2000 e 4 582 euros em 2001. Por seu lado, no conjunto das regiões do Alentejo e do Algarve, este indicador não foi além dos 3 791 euros em 2000 e no ano seguinte aumentou para 3 847 euros por m² (+1,5%).

Gráfico 1.3.2.1.4

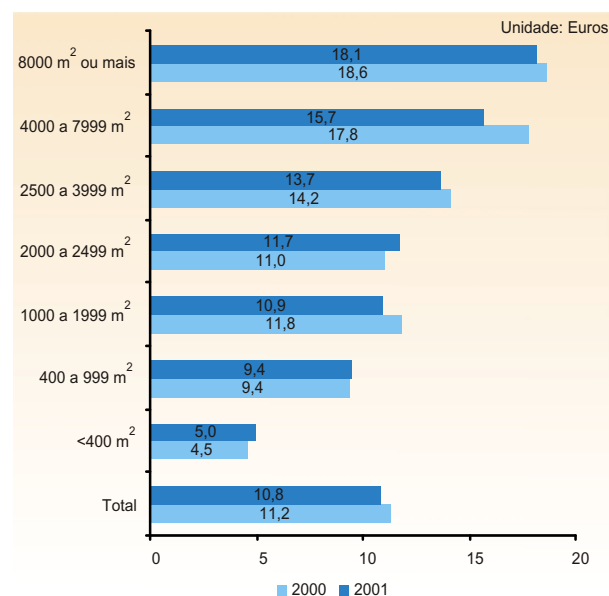
Volume de vendas a retalho por m² de área de exposição e venda em estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo a NUTS II



O gasto médio em bens alimentares, bebidas e tabaco, por transacção efectuada nos estabelecimentos do Comércio a retalho alimentar e misto, atingiu os 11,2 euros em 2000, sendo que no ano seguinte sofreu um decréscimo para os 10,8 euros (-3,6%). Nos estabelecimentos do primeiro escalão, o gasto médio ficou-se apenas pelos 4,5 euros em 2000 e pelos 5,0 euros em 2001, enquanto nas unidades do último escalão atingiu os 18,6 euros em 2000, decrescendo ligeiramente para os 18,1 euros em 2001.

Gráfico 1.3.2.1.5

Gasto médio por cliente em estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície

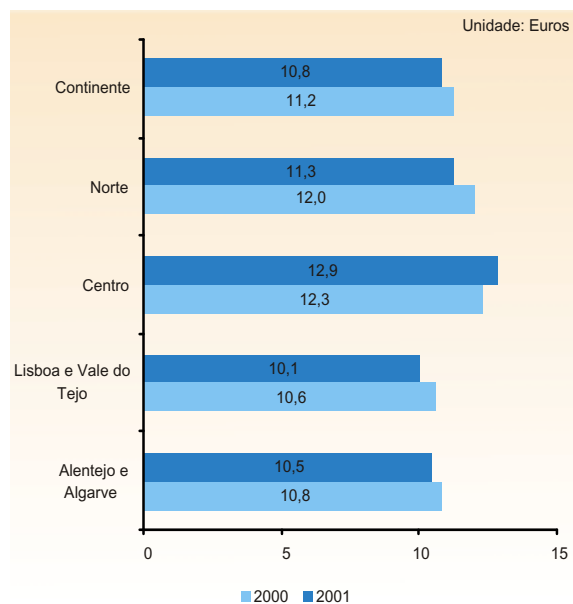


Em 2000 e 2001, foi na região Centro que se observou o maior gasto médio por transacção, 12,3 e 12,9 euros, respectivamente. Por seu lado, na região de Lisboa e Vale do Tejo, a comercialização de bens alimentares, bebidas e tabaco, deu origem a um gasto médio de apenas 10,6 euros em 2000 e de 10,1 euros em 2001. É de referir ainda que, nesta mesma região, nos estabelecimentos com área de exposição e venda entre os 4000 e os 7999 m², o gasto médio em bens deste tipo atingiu os 20,6 euros em 2000, sofrendo

uma ligeira redução no ano seguinte, para os 20,0 euros.

Gráfico 1.3.2.1.6

Gasto médio por cliente em estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo a NUTS II



Quadros dos principais resultados

Quadro 1.3.2.1.1		Peso relativo do volume de vendas a retalho no total dos produtos comercializados em estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, por NUTS II segundo o escalão de superfície							
NUTS II	Ano	Escalão de área de exposição e venda							
		Total	<400 m ²	400 a 999 m ²	1000 a 1999 m ²	2000 a 2499 m ²	2500 a 3999 m ²	4000 a 7999 m ²	8000 m ² ou mais
Continente	2000	66,1	81,9	75,6	72,2	61,0	61,8	57,6	56,0
	2001	66,5	81,6	75,4	72,2	61,7	62,0	57,6	55,8
Norte	2000	65,4	82,0	75,4	70,3	58,4	63,6	62,6	58,2
	2001	66,0	81,3	75,4	69,1	58,4	66,2	62,6	58,6
Centro	2000	66,0	82,2	73,6	74,0	71,0	53,0	56,0	56,0
	2001	66,1	79,6	73,3	75,3	70,9	53,1	55,9	55,1
Lisboa e Vale do Tejo	2000	66,0	81,8	77,2	72,9	63,3	61,4	55,5	54,3
	2001	66,5	82,2	76,8	73,5	63,3	61,4	56,4	54,0
Alentejo e Algarve ^(a)	2000	69,6	82,0	73,7	72,0	59,2	64,6	59,0	-
	2001	68,2	77,8	73,9	72,0	59,2	64,5	56,6	57,1

^(a) Regiões agrupadas por razões de segredo estatístico

Nota: Considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os 12 meses de cada ano

Quadro 1.3.2.1.2

Volume de vendas a retalho por m² de área de exposição e venda em estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, por NUTS II segundo o escalão de superfície

Unidade: Euros

NUTS II	Ano	Escalão de área de exposição e venda							
		Total	<400 m ²	400 a 999 m ²	1000 a 1999 m ²	2000 a 2499 m ²	2500 a 3999 m ²	4000 a 7999 m ²	8000 m ² ou mais
Continente	2000	3 984	3 905	3 555	3 983	3 858	4 305	4 055	4 391
	2001	4 193	4 865	3 945	4 048	4 342	4 543	4 009	4 363
Norte	2000	3 911	3 730	3 296	3 905	4 127	3 349	3 860	4 428
	2001	4 078	5 078	3 630	3 874	4 947	3 922	4 124	4 262
Centro	2000	3 216	2 244	2 683	3 244	4 165	3 645	3 217	4 083
	2001	3 656	3 441	3 244	3 636	4 296	4 744	3 276	4 327
Lisboa e Vale do Tejo	2000	4 424	4 189	4 043	4 560	4 422	5 746	5 262	4 444
	2001	4 582	4 882	4 333	4 555	4 896	5 768	5 264	4 458
Alentejo e Algarve ^(a)	2000	3 791	4 220	4 235	3 560	2 387	4 195	3 454	-
	2001	3 847	5 671	4 569	3 471	2 472	3 874	3 266	-

^(a) Regiões agrupadas por razões de segredo estatístico

Nota: Considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os 12 meses de cada ano

Quadro 1.3.2.1.3

Gasto médio por cliente em estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, por NUTS II segundo o escalão de superfície

Unidade: Euros

NUTS II	Ano	Escalão de área de exposição e venda							
		Total	<400 m ²	400 a 999 m ²	1000 a 1999 m ²	2000 a 2499 m ²	2500 a 3999 m ²	4000 a 7999 m ²	8000 m ² ou mais
Continente	2000	11,2	4,5	9,4	11,8	11,0	14,2	17,8	18,6
	2001	10,8	5,0	9,4	10,9	11,7	13,7	15,7	18,1
Norte	2000	12,0	4,7	9,0	12,0	11,8	15,4	16,3	19,5
	2001	11,3	5,3	8,8	10,8	12,7	14,7	17,6	18,4
Centro	2000	12,3	5,2	10,8	11,2	13,1	11,5	19,0	17,1
	2001	12,9	5,6	13,0	11,1	13,6	13,5	15,9	17,6
Lisboa e Vale do Tejo	2000	10,6	4,4	8,7	11,8	12,4	16,5	20,6	18,3
	2001	10,1	4,7	8,3	10,8	12,9	16,1	20,0	18,1
Alentejo e Algarve ^(a)	2000	10,8	5,5	11,0	12,1	6,6	12,5	13,0	-
	2001	10,5	5,5	11,9	11,5	6,7	11,2	10,5	-

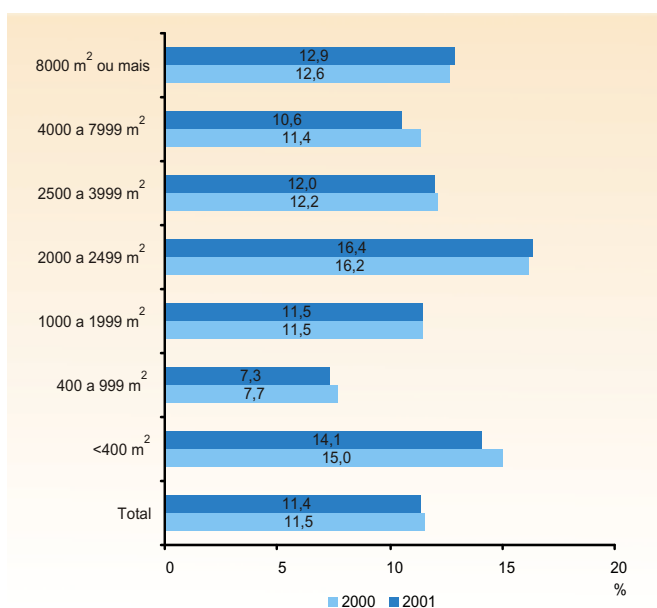
^(a) Regiões agrupadas por razões de segredo estatístico

1.3.2.2 Produtos farmacêuticos, médicos, cosméticos e de higiene

Os produtos farmacêuticos, médicos, cosméticos e de higiene foram responsáveis pela realização de 11,5% do volume de vendas dos estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto no ano 2000, parcela que decresceu para 11,4% em 2001. O volume de vendas destes bens, assumiu uma maior expressão nos estabelecimentos com área de exposição e venda entre os 2000 e os 2499 m², alcançando os 16,2% em 2000 e os 16,4% em 2001. De referir também, que no conjunto dos estabelecimentos do primeiro escalão, a comercialização destes produtos deu origem a 15,0% do volume de vendas em 2000 e 14,1% no ano seguinte.

Gráfico 1.3.2.2.1

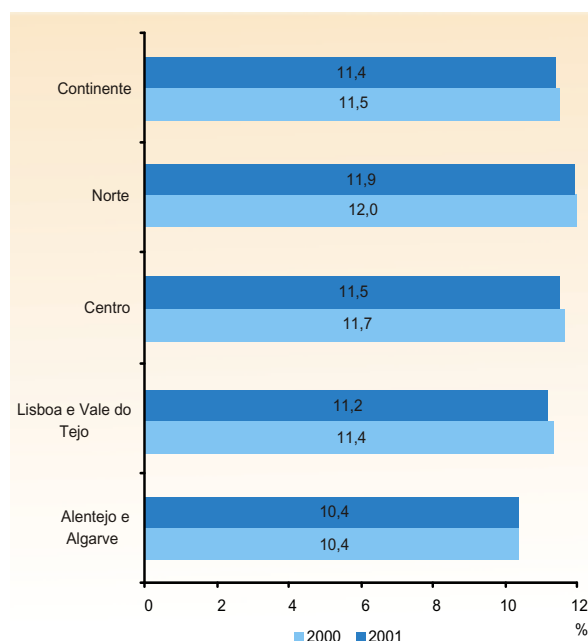
Peso relativo do volume de vendas a retalho no total dos produtos comercializados em estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície



No conjunto das regiões do Alentejo e do Algarve, o volume de vendas gerado por estes produtos ficou-se pelos 10,4% em 2000 e 2001. Por outro lado, na região Norte, este indicador atingiu os 12,0% em 2000 e os 11,9% em 2001. De referir ainda que, nos estabelecimentos do quarto escalão de superfície, na região de Lisboa e Vale do Tejo, estes produtos geraram 17,8% do total do volume de vendas a retalho, em ambos os anos.

Gráfico 1.3.2.2.2

Peso relativo do volume de vendas a retalho no total dos produtos comercializados em estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo a NUTS II

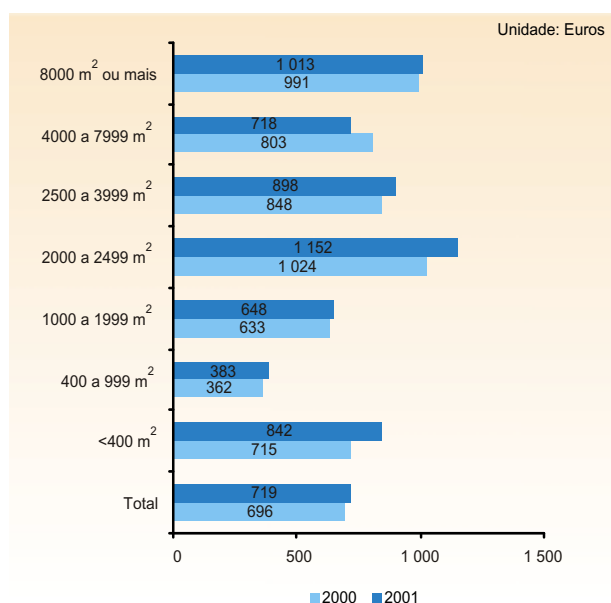


O volume de vendas a retalho por m² de área de exposição e venda ascendeu a 719 euros em 2001, mais 3,3% por m² do que no ano anterior. Nos estabelecimentos do último escalão de superfície este indicador atingiu os 1 013 euros em 2001, acima dos 991 alcançados em 2000, enquanto nos estabelecimentos do segundo escalão se ficou pelos 383 euros em 2001, também acima do observado no

ano anterior, 362 euros. No entanto, este indicador atingiu valores mais significativos no quarto escalão, tendo alcançado os 1 152 euros em 2001, mais 12,5% do que no ano anterior.

Gráfico 1.3.2.2.3

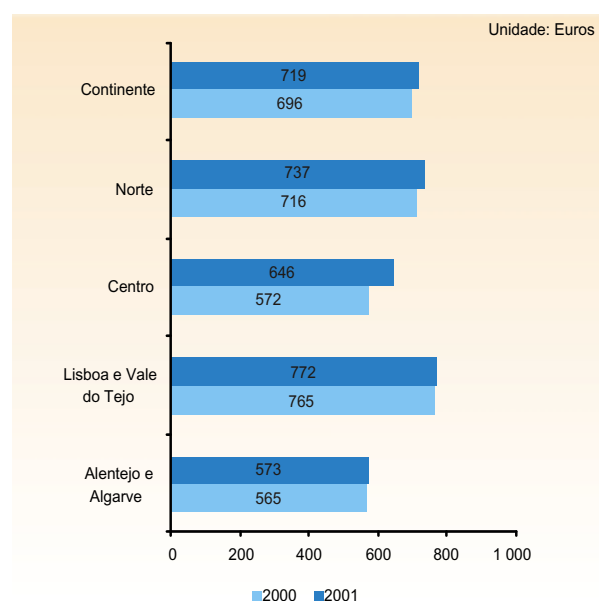
Volume de vendas a retalho por m² de área de exposição e venda em estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície



As regiões do Norte e de Lisboa e Vale do Tejo foram aquelas onde se observaram valores mais elevados para o volume de vendas por m² de área de exposição e venda, atingindo, respectivamente, os 737 e os 772 euros em 2001. Por outro lado, no conjunto das regiões do Alentejo e do Algarve, este indicador ascendeu a apenas 565 euros em 2000, e aumentou para 573 euros no ano seguinte.

Gráfico 1.3.2.2.4

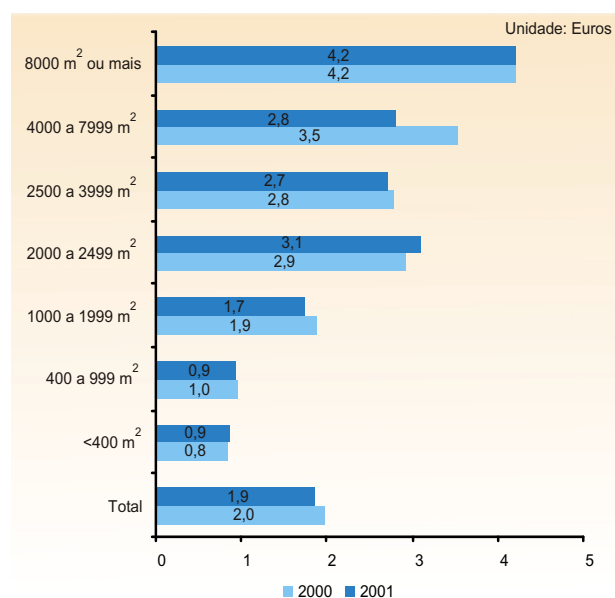
Volume de vendas a retalho por m² de área de exposição e venda em estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo a NUTS II



O gasto médio por transacção em produtos farmacêuticos, médicos cosméticos e de higiene, atingiu os 1,9 euros em 2001, ligeiramente inferior ao observado em 2000, quando atingiu os 2,0 euros. Este indicador assumiu valores mais significativos nos escalões superiores, sendo que no último ascendeu a 4,2 euros em 2000 e 2001, enquanto nas unidades do primeiro escalão não foi além dos 0,9 euros.

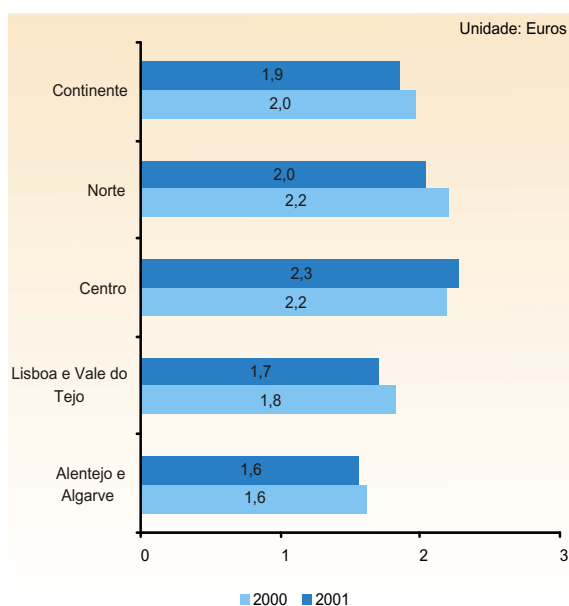
Gráfico 1.3.2.2.5

Gasto médio por cliente em estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície



O gasto médio em bens deste tipo revelou-se menos significativo nos estabelecimentos das regiões do Alentejo e do Algarve, onde se ficou pelos 1,6 euros em 2000 e 2001. Por sua vez, nas regiões do Norte e Centro, este indicador atingiu, respectivamente, os 2,0 euros e os 2,3 euros em 2001.

Gráfico 1.3.2.2.6 Gasto médio por cliente em estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo a NUTS II



Quadros dos principais resultados

Quadro 1.3.2.2.1

Peso relativo do volume de vendas a retalho no total dos produtos comercializados em estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, por NUTS II segundo o escalão de superfície

NUTS II	Ano	Escalão de área de exposição e venda							%
		Total	<400 m ²	400 a 999 m ²	1000 a 1999 m ²	2000 a 2499 m ²	2500 a 3999 m ²	4000 a 7999 m ²	
Continente	2000	11,5	15,0	7,7	11,5	16,2	12,2	11,4	12,6
	2001	11,4	14,1	7,3	11,5	16,4	12,0	10,6	12,9
Norte	2000	12,0	15,0	8,8	11,9	15,3	12,3	13,9	12,2
	2001	11,9	14,2	7,8	11,9	15,3	11,4	13,9	12,7
Centro	2000	11,7	14,1	7,5	12,1	16,5	12,5	12,8	13,8
	2001	11,5	12,4	7,6	11,7	16,4	12,5	12,8	13,7
Lisboa e Vale do Tejo	2000	11,4	15,1	7,3	11,1	17,8	10,9	9,5	12,7
	2001	11,2	14,4	7,0	11,2	17,8	10,9	7,5	12,9
Alentejo e Algarve ^(a)	2000	10,4	14,0	7,0	10,6	15,9	13,3	11,1	-
	2001	10,4	12,0	7,0	11,2	15,9	13,3	10,7	12,3

^(a) Regiões agrupadas por razões de segredo estatístico

Quadro 1.3.2.2.2

Volume de vendas a retalho por m² de área de exposição e venda em estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, por NUTS II segundo o escalão de superfície

NUTS II	Ano	Escalão de área de exposição e venda							Unidade: Euros
		Total	<400 m ²	400 a 999 m ²	1000 a 1999 m ²	2000 a 2499 m ²	2500 a 3999 m ²	4000 a 7999 m ²	
Continente	2000	696	715	362	633	1 024	848	803	991
	2001	719	842	383	648	1 152	898	718	1 013
Norte	2000	716	684	384	661	1 081	648	857	928
	2001	737	892	378	664	1 298	759	866	927
Centro	2000	572	388	275	530	968	860	735	1 007
	2001	646	552	337	594	997	1 118	749	1 076
Lisboa e Vale do Tejo	2000	765	774	383	697	1 245	1 024	899	1 041
	2001	772	853	398	690	1 379	1 028	700	1 068
Alentejo e Algarve ^(a)	2000	565	719	404	524	642	866	650	-
	2001	573	872	427	534	665	800	616	-

^(a) Regiões agrupadas por razões de segredo estatístico

Nota: Considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os 12 meses de cada ano

Quadro 1.3.2.2.3

Gasto médio por cliente em estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, por NUTS II segundo o escalão de superfície

Unidade: Euros

NUTS II	Ano	Escalão de área de exposição e venda							
		Total	<400 m²	400 a 999 m²	1000 a 1999 m²	2000 a 2499 m²	2500 a 3999 m²	4000 a 7999 m²	8000 m² ou mais
Continente	2000	2,0	0,8	1,0	1,9	2,9	2,8	3,5	4,2
	2001	1,9	0,9	0,9	1,7	3,1	2,7	2,8	4,2
Norte	2000	2,2	0,9	1,0	2,0	3,1	3,0	3,6	4,1
	2001	2,0	0,9	0,9	1,8	3,3	2,8	3,7	4,0
Centro	2000	2,2	0,9	1,1	1,8	3,0	2,7	4,3	4,2
	2001	2,3	0,9	1,3	1,8	3,2	3,2	3,6	4,4
Lisboa e Vale do Tejo	2000	1,8	0,8	0,8	1,8	3,5	2,9	3,5	4,3
	2001	1,7	0,8	0,8	1,6	3,6	2,9	2,7	4,3
Alentejo e Algarve ^(a)	2000	1,6	0,9	1,0	1,8	1,8	2,6	2,4	-
	2001	1,6	0,8	1,1	1,8	1,8	2,3	2,0	-

^(a) Regiões agrupadas por razões de segredo estatístico

Nota: Considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os 12 meses de cada ano

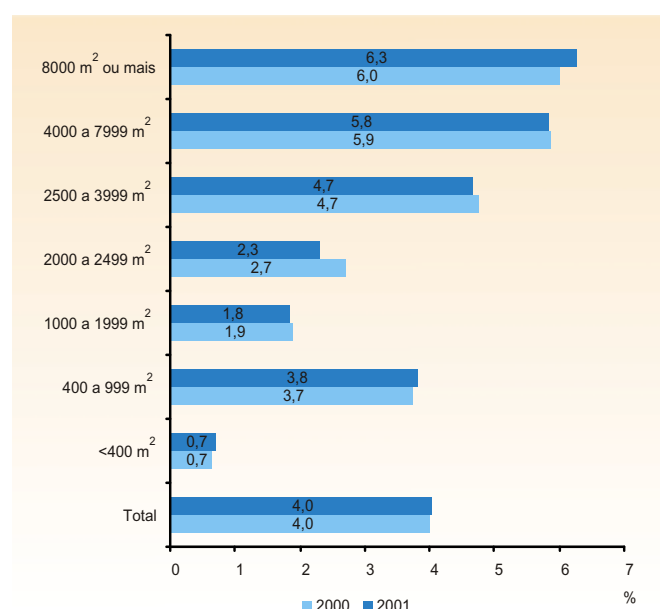
1.3.2.3 Produtos têxteis, vestuário, calçado e artigos de couro

Os produtos têxteis, vestuário, calçado e artigos de couro deram origem a 4,0% do total do volume de vendas realizado nos estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, em 2000 e 2001. Nos estabelecimentos do primeiro escalão de superfície, a comercialização destes produtos mostrou-se menos significativa em termos do volume de vendas, ficando-se pelos 0,7% em ambos os anos em análise. Por sua vez, no escalão seguinte, este indicador atingiu os 3,7% em 2000 e os 3,8% em 2001. No entanto, foi no conjunto das unidades que compõem o último escalão que estes bens deram origem a uma parcela do volume de vendas mais significativa, atingindo os 6,3% em 2001.

não foi além dos 3,7% em 2001, enquanto na região Centro atingiu os 4,5%.

Gráfico 1.3.2.3.1

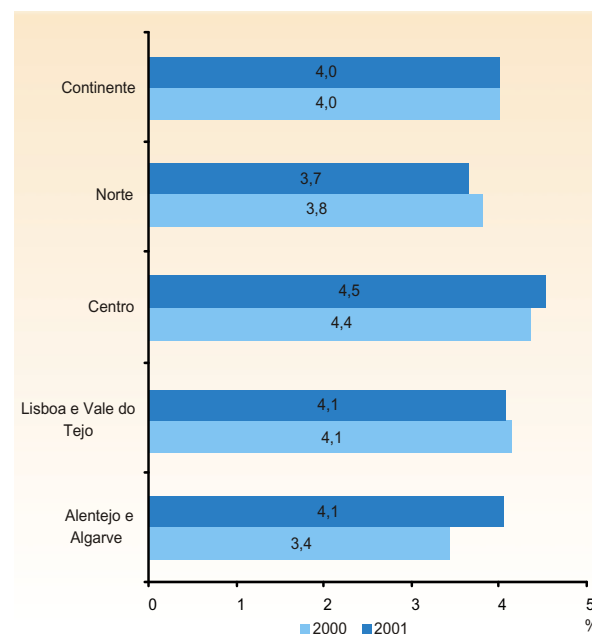
Peso relativo do volume de vendas a retalho no total dos produtos comercializados em estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície



Nas regiões do Alentejo e do Algarve, em 2001, 4,1% do volume de vendas total, teve origem na comercialização deste tipo de produtos, acima dos 3,4% observados no ano anterior. Por sua vez, na região Norte, o peso relativo do volume de vendas de produtos têxteis, vestuário, calçado e artigos de couro,

Gráfico 1.3.2.3.2

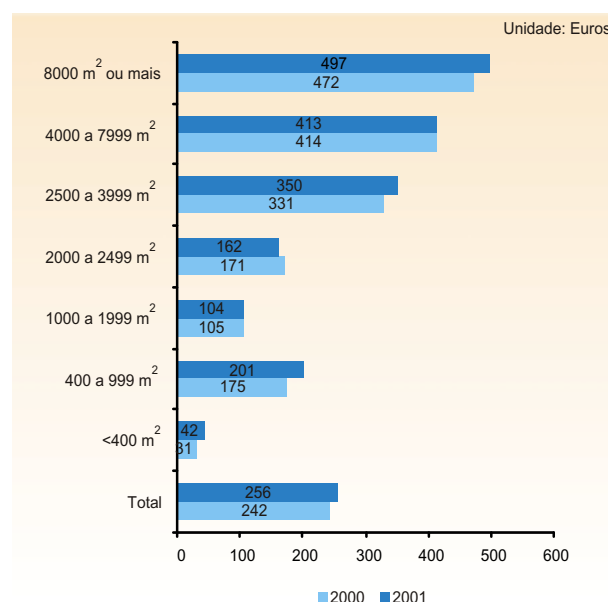
Peso relativo do volume de vendas a retalho no total dos produtos comercializados em estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo a NUTS II



O volume de vendas a retalho por m² ascendeu a 256 euros em 2001 em Portugal Continental, sendo que nos estabelecimentos do último escalão chegou aos 497 euros enquanto no primeiro escalão se ficou pelos 42 euros por m².

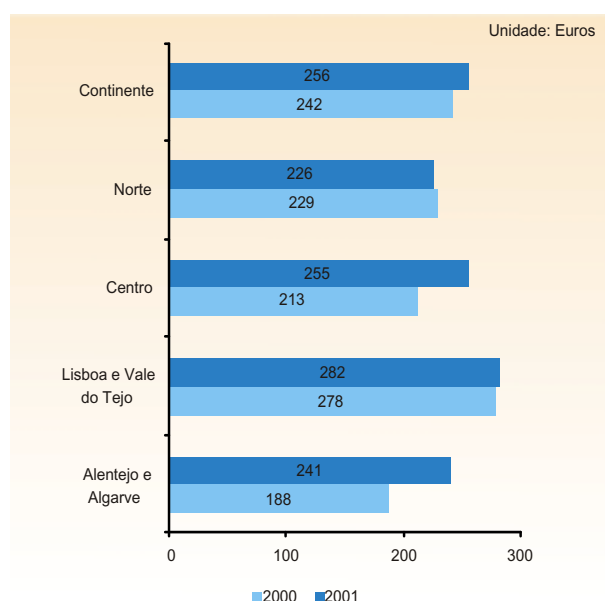
Gráfico 1.3.2.3.3

Volume de vendas a retalho por m² de área de exposição e venda em estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície



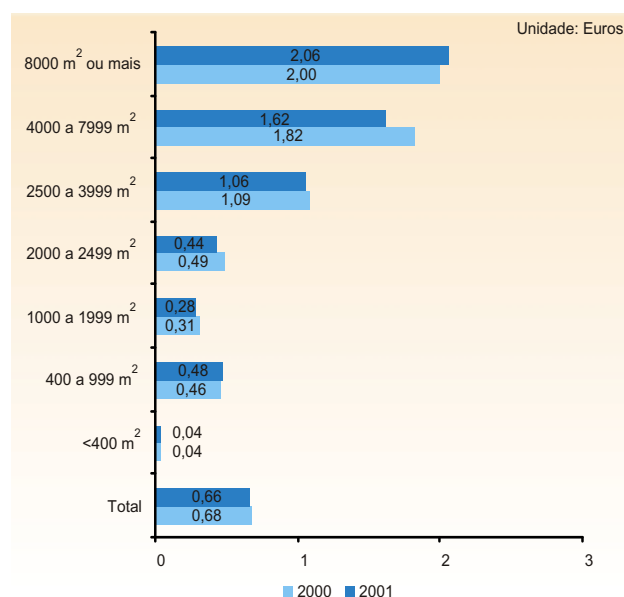
Na região de Lisboa e Vale do Tejo, o volume de vendas destes bens atingiu os 278 e os 282 euros por m² em 2000 e 2001, respectivamente, superando a média observada para o total das regiões. De referir que, nas regiões do Alentejo e do Algarve, se verificou um acréscimo significativo deste indicador, dos 188 euros por m² em 2000 para os 241 euros no ano seguinte.

Gráfico 1.3.2.3.4 Volume de vendas a retalho por m² de área de exposição e venda em estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo a NUTS II



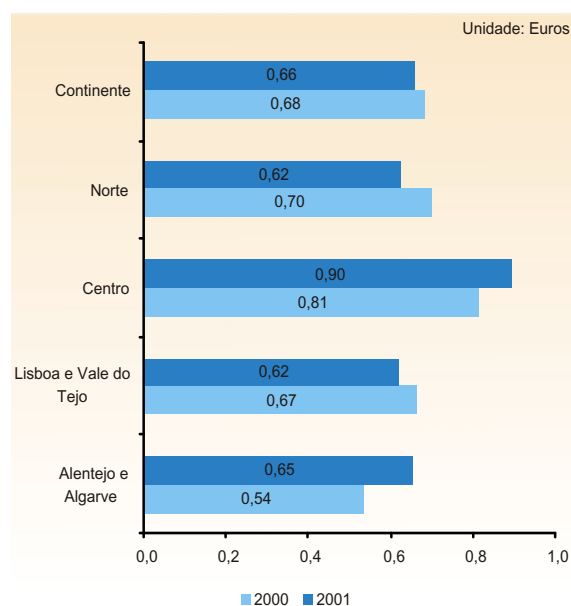
O gasto médio em produtos desta categoria, por transacção realizada nas unidades de Comércio a retalho alimentar e misto, alcançou os 0,7 euros em 2000 e 2001. Nos estabelecimentos com área de exposição e venda inferior a 400 m², o gasto médio nestes produtos foi quase nulo em ambos os anos da análise, enquanto nas superfícies do último escalão atingiu um máximo de 2,0 euros por transacção em 2000 e de 2,1 euros no ano seguinte.

Gráfico 1.3.2.3.5 Gasto médio por cliente em estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície



A região Centro foi aquela onde o gasto médio nestes bens atingiu valores mais significativos, 0,8 euros em 2000 e 0,9 euros em 2001. De referir ainda que nas regiões do Centro, Alentejo e Algarve, nas unidades com área de exposição e venda entre 2000 e 2499 m², o gasto médio foi quase nulo.

Gráfico 1.3.2.3.6 Gasto médio por cliente em estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo a NUTS II



Quadros dos principais resultados

Quadro 1.3.2.3.1	Peso relativo do volume de vendas a retalho no total dos produtos comercializados em estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, por NUTS II segundo o escalão de superfície
------------------	--

NUTS II	Ano	Escalão de área de exposição e venda							%
		Total	<400 m ²	400 a 999 m ²	1000 a 1999 m ²	2000 a 2499 m ²	2500 a 3999 m ²	4000 a 7999 m ²	
Continente	2000	4,0	0,7	3,7	1,9	2,7	4,7	5,9	6,0
	2001	4,0	0,7	3,8	1,8	2,3	4,7	5,8	6,3
Norte	2000	3,8	0,6	3,0	1,5	5,1	5,5	5,2	5,4
	2001	3,7	0,6	3,2	1,6	5,1	5,1	5,2	5,3
Centro	2000	4,4	1,0	4,7	1,4	0,2	4,8	7,1	6,4
	2001	4,5	2,0	4,8	1,4	0,2	4,8	7,1	6,9
Lisboa e Vale do Tejo	2000	4,1	0,7	3,4	2,3	0,3	5,3	5,5	6,4
	2001	4,1	0,7	3,5	2,1	0,3	5,3	4,7	6,7
Alentejo e Algarve ^(a)	2000	3,4	0,5	4,6	2,1	0,3	3,6	6,1	-
	2001	4,1	0,4	4,7	2,0	0,3	3,5	7,2	9,7

^(a) Regiões agrupadas por razões de segredo estatístico

Quadro 1.3.2.3.2

Volume de vendas a retalho por m² de área de exposição e venda em estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, por NUTS II segundo o escalão de superfície

Unidade: Euros

NUTS II	Ano	Escalão de área de exposição e venda							
		Total	<400 m ²	400 a 999 m ²	1000 a 1999 m ²	2000 a 2499 m ²	2500 a 3999 m ²	4000 a 7999 m ²	8000 m ² ou mais
Continente	2000	242	31	175	105	171	331	414	472
	2001	256	42	201	104	162	350	413	497
Norte	2000	229	28	131	84	361	288	320	409
	2001	226	35	154	92	432	338	345	382
Centro	2000	213	25	173	62	11	329	408	466
	2001	255	84	211	70	11	428	417	544
Lisboa e Vale do Tejo	2000	278	34	180	144	20	498	518	527
	2001	282	41	199	133	22	500	443	555
Alentejo e Algarve ^(a)	2000	188	26	267	104	14	231	356	-
	2001	241	28	290	96	14	208	415	-

^(a) Regiões agrupadas por razões de segredo estatístico

Nota: Considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os 12 meses de cada ano

Quadro 1.3.2.3.3 Gasto médio por cliente em estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, por NUTS II segundo o escalão de superfície

Unidade: Euros

NUTS II	Ano	Escalão de área de exposição e venda							
		Total	<400 m ²	400 a 999 m ²	1000 a 1999 m ²	2000 a 2499 m ²	2500 a 3999 m ²	4000 a 7999 m ²	8000 m ² ou mais
Continente	2000	0,7	0,0	0,5	0,3	0,5	1,1	1,8	2,0
	2001	0,7	0,0	0,5	0,3	0,4	1,1	1,6	2,1
Norte	2000	0,7	0,0	0,4	0,3	1,0	1,3	1,4	1,8
	2001	0,6	0,0	0,4	0,3	1,1	1,3	1,5	1,7
Centro	2000	0,8	0,1	0,7	0,2	0,0	1,0	2,4	2,0
	2001	0,9	0,1	0,8	0,2	0,0	1,2	2,0	2,2
Lisboa e Vale do Tejo	2000	0,7	0,0	0,4	0,4	0,1	1,4	2,0	2,2
	2001	0,6	0,0	0,4	0,3	0,1	1,4	1,7	2,2
Alentejo e Algarve ^(a)	2000	0,5	0,0	0,7	0,4	0,0	0,7	1,3	-
	2001	0,7	0,0	0,8	0,3	0,0	0,6	1,3	-

^(a) Regiões agrupadas por razões de segredo estatístico

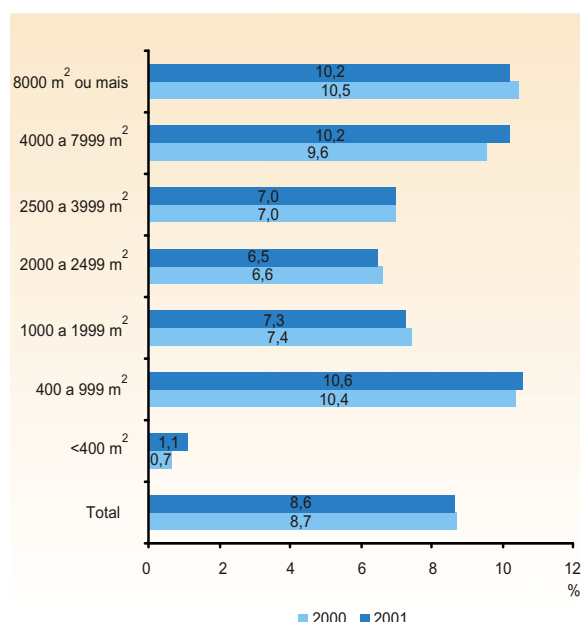
Nota: Considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os 12 meses de cada ano

1.3.2.4 Produtos para a casa e para o lar

Os produtos para a casa e para o lar foram responsáveis por 8,6% do volume de vendas realizado nos estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto em 2001, menos 0,1% do que 2000, sendo nos estabelecimentos do segundo e do último escalões que este indicador assumiu valores mais significativos, acima dos 10,4% em 2000 e acima dos 10,2% em 2001.

Gráfico 1.3.2.4.1

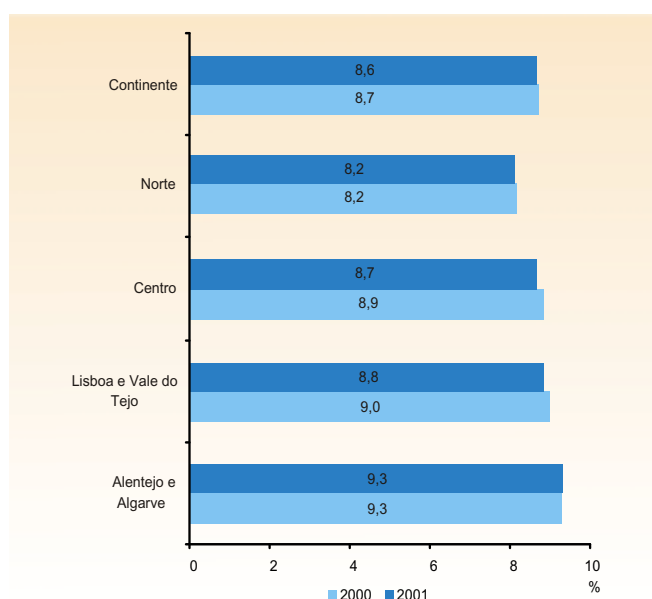
Volume de vendas a retalho por m² de área de exposição e venda em estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo a NUTS II



A venda de produtos para a casa e para o lar nos estabelecimentos localizados nas regiões do Alentejo e do Algarve atingiu os 9,3% em 2000 e 2001, enquanto na região de Lisboa e Vale do Tejo não foi além dos 9,0% em 2000 e dos 8,8% em 2001. No entanto, nesta região, nos estabelecimentos com área de exposição e venda entre 4000 e 7999 m², a comercialização destes produtos foi responsável por 13,7% do total do volume de vendas realizado em 2001, acima dos 12,6% observados no ano anterior.

Gráfico 1.3.2.4.2

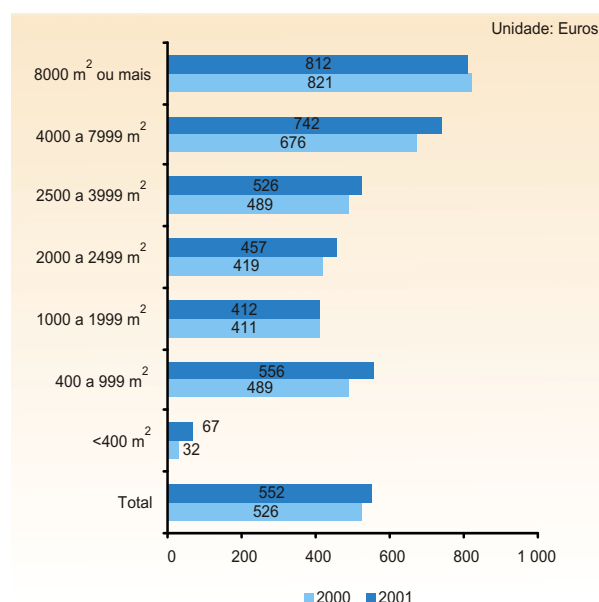
Peso relativo do volume de vendas a retalho de produtos para a casa e para o lar no total dos produtos comercializados em estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo a NUTS II



Em 2001, em Portugal Continental, o volume de vendas de produtos para a casa e para o lar atingiu os 552 euros por m², mais 26 euros do que em 2000, tendo alcançado um máximo de 812 euros em 2001 nos estabelecimentos do último escalão, o que representou uma queda de 9 euros por m² face ao ano anterior. Por sua vez, no conjunto das unidades do primeiro escalão, o volume de vendas destes bens ficou-se pelos 67 euros por m² em 2001, acima dos 32 euros registados um ano antes.

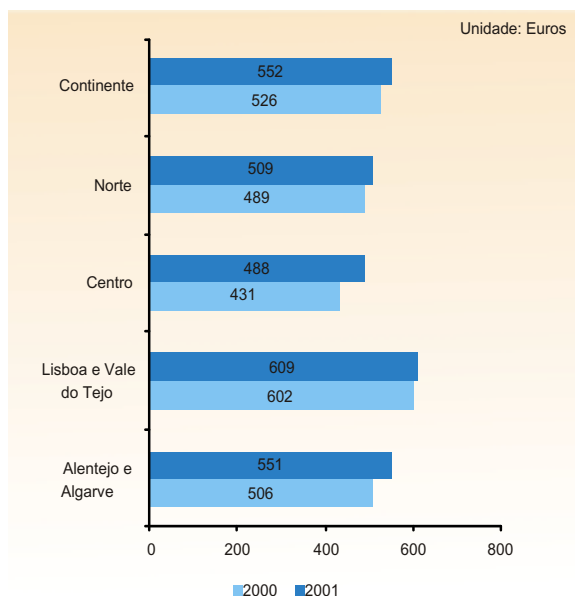
Gráfico 1.3.2.4.3

Volume de vendas a retalho por m² de área de exposição e venda em estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície



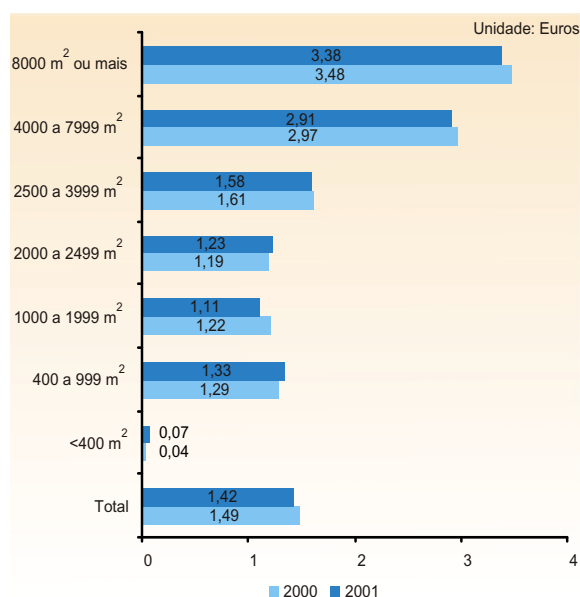
A região de Lisboa e Vale do Tejo foi aquela onde o volume de vendas a retalho por m² alcançou valores mais elevados, 602 euros em 2000 e 609 euros no ano seguinte, enquanto na região Centro não foi além dos 431 e 488 euros, respectivamente. De referir, também, que nos estabelecimentos com área de exposição e venda entre os 4000 e os 7999 m², na região de Lisboa e Vale do Tejo, este indicador alcançou os 1 197 euros por m² em 2000 e os 1 277 euros em 2001.

Gráfico 1.3.2.4.4 Volume de vendas a retalho por m² de área de exposição e venda em estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo a NUTS II



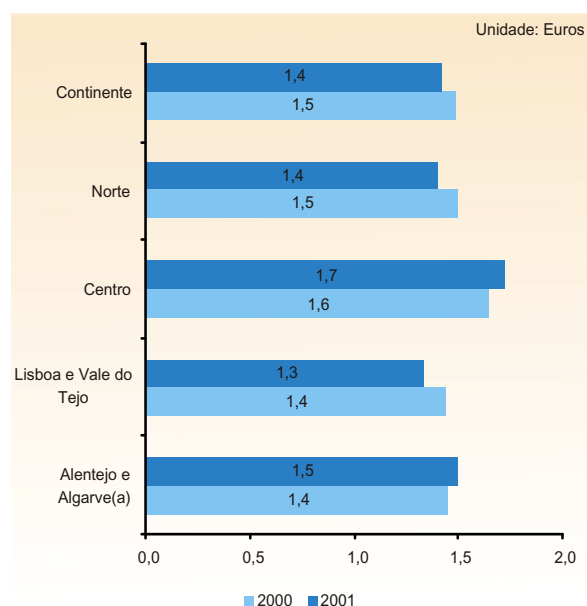
O gasto médio por transacção, realizado com a comercialização de produtos para a casa e para o lar, ascendeu a 1,4 euros em 2001, decrescendo dos 1,5 euros observados em 2000. Nos estabelecimentos do primeiro escalão, este indicador assumiu valores muito reduzidos, enquanto nos do último escalão alcançou os 3,5 euros em 2000 e os 3,4 euros no ano seguinte.

Gráfico 1.3.2.4.5 Gasto médio por cliente em estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo o escalão de superfície



Em termos regionais, não existem grandes diferenças para este indicador, sendo que a região Centro apresentou um gasto médio ligeiramente superior em ambos os anos, 1,6 euros em 2000 e 1,7 euros no último ano em análise. Na região de Lisboa e Vale do Tejo, destacaram-se os estabelecimentos com área de exposição e venda entre 4000 e 7999 m², onde o gasto médio por transacção em produtos para a casa e para o lar alcançou os 4,7 euros em 2000 e os 4,9 euros em 2001.

Gráfico 1.3.2.4.6 Gasto médio por cliente em estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, segundo a NUTS II



Quadros dos principais resultados

Quadro 1.3.2.4.1	Peso relativo do volume de vendas a retalho no total dos produtos comercializados em estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, por NUTS II segundo o escalão de superfície
------------------	--

NUTS II	Ano	Escalão de área de exposição e venda							%
		Total	<400 m ²	400 a 999 m ²	1000 a 1999 m ²	2000 a 2499 m ²	2500 a 3999 m ²	4000 a 7999 m ²	
Continente	2000	8,7	0,7	10,4	7,4	6,6	7,0	9,6	10,5
	2001	8,6	1,1	10,6	7,3	6,5	7,0	10,2	10,2
Norte	2000	8,2	0,6	9,3	7,1	7,2	5,5	6,9	9,7
	2001	8,2	0,9	9,9	7,0	7,2	5,1	6,9	9,9
Centro	2000	8,9	1,1	12,1	6,5	5,9	7,2	7,3	10,0
	2001	8,7	0,8	12,1	6,3	5,9	7,2	7,3	9,4
Lisboa e Vale do Tejo	2000	9,0	0,6	9,8	7,5	5,6	8,0	12,6	11,2
	2001	8,8	1,1	9,9	7,4	5,6	8,0	13,7	10,8
Alentejo e Algarve ^(a)	2000	9,3	1,9	12,0	9,4	7,0	6,8	8,0	-
	2001	9,3	2,3	11,9	9,2	7,0	7,0	10,1	6,5

^(a) Regiões agrupadas por razões de segredo estatístico

Quadro 1.3.2.4.2

Volume de vendas a retalho por m² de área de exposição e venda em estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, por NUTS II segundo o escalão de superfície

NUTS II	Ano	Escalão de área de exposição e venda							
		Unidade: Euros							
		Total	<400 m ²	400 a 999 m ²	1000 a 1999 m ²	2000 a 2499 m ²	2500 a 3999 m ²	4000 a 7999 m ²	8000 m ² ou mais
Continente	2000	526	32	489	411	419	489	676	821
	2001	552	67	556	412	457	526	742	812
Norte	2000	489	26	406	395	510	291	429	740
	2001	509	59	477	392	612	343	528	723
Centro	2000	431	29	442	286	347	494	419	728
	2001	488	33	537	318	358	641	428	742
Lisboa e Vale do Tejo	2000	602	30	512	471	391	745	1 197	916
	2001	609	65	563	460	434	748	1 277	890
Alentejo e Algarve ^(a)	2000	506	97	692	463	284	442	470	-
	2001	551	171	737	445	294	421	583	-

^(a) Regiões agrupadas por razões de segredo estatístico

Nota: Considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os 12 meses de cada ano

Quadro 1.3.2.4.3

Gasto médio por cliente em estabelecimentos de Comércio a retalho alimentar e misto, por NUTS II segundo o escalão de superfície

Unidade: Euros

NUTS II	Ano	Escalão de área de exposição e venda							
		Total	<400 m ²	400 a 999 m ²	1000 a 1999 m ²	2000 a 2499 m ²	2500 a 3999 m ²	4000 a 7999 m ²	8000 m ² ou mais
Continente	2000	1,5	0,0	1,3	1,2	1,2	1,6	3,0	3,5
	2001	1,4	0,1	1,3	1,1	1,2	1,6	2,9	3,4
Norte	2000	1,5	0,0	1,1	1,2	1,5	1,3	1,8	3,3
	2001	1,4	0,1	1,2	1,1	1,6	1,3	2,3	3,1
Centro	2000	1,6	0,1	1,8	1,0	1,1	1,6	2,5	3,0
	2001	1,7	0,1	2,2	1,0	1,1	1,8	2,1	3,0
Lisboa e Vale do Tejo	2000	1,4	0,0	1,1	1,2	1,1	2,1	4,7	3,8
	2001	1,3	0,1	1,1	1,1	1,1	2,1	4,9	3,6
Alentejo e Algarve ^(a)	2000	1,4	0,1	1,8	1,6	0,8	1,3	1,8	-
	2001	1,5	0,2	1,9	1,5	0,8	1,2	1,9	-

^(a) Regiões agrupadas por razões de segredo estatístico

Nota: Considerando apenas os estabelecimentos que estiveram em funcionamento os 12 meses de cada ano

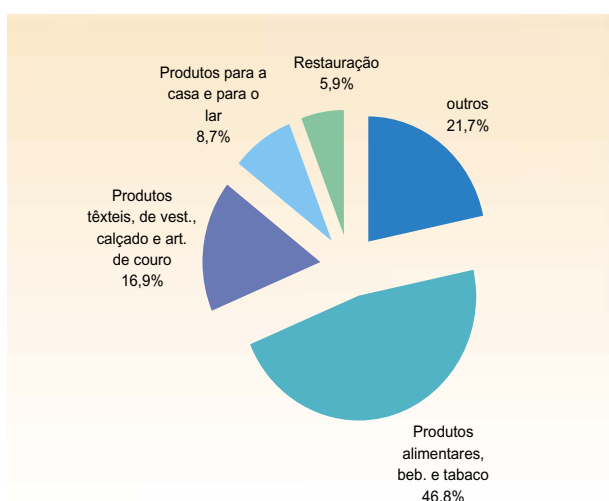
1.3.3 Centros, Galerias e Condomínios Comerciais

Para a análise sectorial dos estabelecimentos dos Centros, Galerias e Condomínios Comerciais, consideraram-se as actividades seleccionadas mais relevantes (ver nomenclatura agregada) em termos de volume de negócios e pessoal ao serviço.

Os estabelecimentos de Comércio a retalho, com predominância de produtos alimentares, bebidas e tabaco destacaram-se pelo elevado volume de negócios atingido em 1999, relativamente aos outros sectores em análise, 2 760,2 milhões de euros distribuídos por 788 estabelecimentos que ocupavam uma área de 488 364 m². O volume de negócios representava nesse ano 46,8% do total obtido, enquanto o número médio de pessoas ao serviço destes estabelecimentos também era significativo, ascendendo a 26,8%.

Gráfico 1.3.3.1

Distribuição do volume de negócios dos estabelecimentos seleccionados, segundo o sector de actividade - 1999



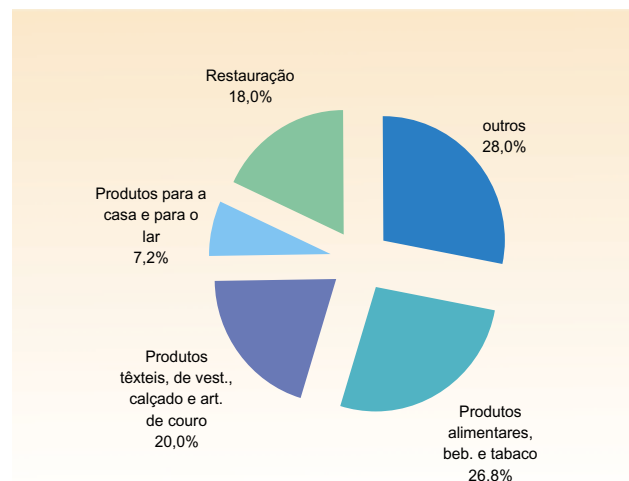
Em média, cada estabelecimento que dedicava a sua actividade ao Comércio a retalho de produtos alimentares, bebidas e tabaco, dispunha de uma área

de 620 m², e o volume de negócios por m² alcançou os 3 369 euros. Este tipo de estabelecimentos atingiu o maior volume de negócios médio, 418 milhares de euros, relativamente aos outros sectores em análise.

Os estabelecimentos cuja actividade era o Comércio a retalho de produtos têxteis, vestuário, calçado e artigos de couro, em 1999, foram responsáveis por 16,9% do volume de negócios obtido pelos estabelecimentos localizados em Centros, Galerias e Condomínios Comerciais (e cujas actividades foram seleccionadas para inquirição). Por sua vez, o número de pessoas ao serviço destes estabelecimentos atingiu os 20,0%, num total de 5 066 estabelecimentos distribuídos por uma área total de 360 575 m².

Gráfico 1.3.3.2

Distribuição do número de pessoas ao serviço dos estabelecimentos seleccionados, segundo o sector de actividade - 1999



Dos quatro sectores de actividade seleccionados para a análise sectorial, o Comércio a retalho de têxteis, vestuário, calçado e artigos de couro foi aquele onde o número médio de pessoas ao serviço e o volume de negócios médio atingiu os valores mais

baixos, respectivamente, 2,5 indivíduos e 217 milhares de euros por estabelecimento.

Os estabelecimentos de Comércio a retalho de produtos para a casa e para o lar atingiram as 1 806 unidades em 1999, distribuídos por 166 238 m². O volume de negócios alcançado por estes estabelecimentos foi de 512,2 milhões de euros e o número de pessoas ao serviço ascendeu a 5 376.

Dos quatro sectores em análise, este foi o que atingiu um maior volume de negócios por m², 4 514 euros, e o valor médio por estabelecimento alcançou os 301 milhares de euros. O número médio de pessoas ao serviço por estabelecimento foi de 3,1.

Ao sector da restauração estavam afectos 2 684 espaços em 1999, numa área total de 224 260 m² (12,9%). Este sector empregava 13 522 pessoas nesse mesmo ano, o que representava 18,0% do total dos estabelecimentos seleccionados para o estudo dos Centros, Galerias e Condomínios Comerciais. Por sua vez, o volume de negócios não foi além dos 346,4 milhões de euros.

Em cada estabelecimento de restauração estavam afectas, em média, 5,5 pessoas e o volume de negócios médio atingia os 177 milhares de euros, o mais baixo dos quatro sectores em análise neste ponto. De referir ainda que o volume de negócios por m² se ficou pelos 2 035 euros em 1999, sendo também o menos expressivo.

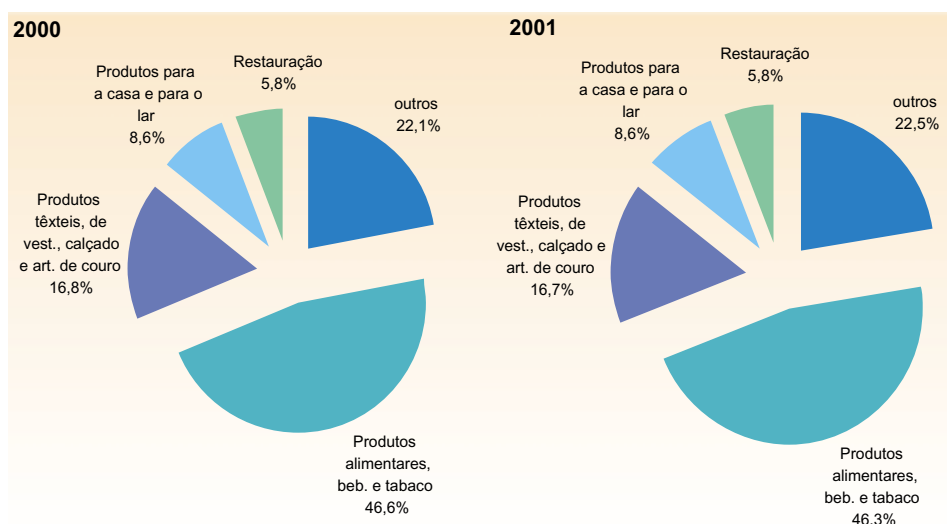
Por outro lado, e de acordo com o inquérito realizado em 2000, existiam 790 estabelecimentos de Comércio a retalho com predominância dos produtos alimentares, bebidas e tabaco, distribuídos por uma área de 489 364 m². Em 2001 a área destes estabelecimentos aumentou consideravelmente, para 504 864 m², num total de 799 estabelecimentos, dando origem a uma área média superior, 632 m², face aos 619 m² observados no ano anterior.

Por sua vez, os estabelecimentos de Comércio a retalho de têxteis, vestuário, calçado e artigos de couro atingiram as 5 226 unidades em 2001, mais 123 do que no ano anterior, distribuídas por 371 295 m².

A restauração ocupava 2 773 unidades em 2001, numa área de 231 781 m². No entanto este era o sector, dos quatro em análise, onde o volume de negócios era menos significativo, representando apenas 5,9% do total dos estabelecimentos dos Centros Comerciais. Por sua vez, o Comércio de produtos alimentares, bebidas e tabaco originava 46,6% do total do volume de negócios destas unidades e o Comércio de produtos têxteis, vestuário, calçado e artigos de couro, contribuía com 16,8%.

Gráfico 1.3.3.3

Distribuição do volume de negócios dos estabelecimentos seleccionados, segundo o sector de actividade - 2000 e 2001



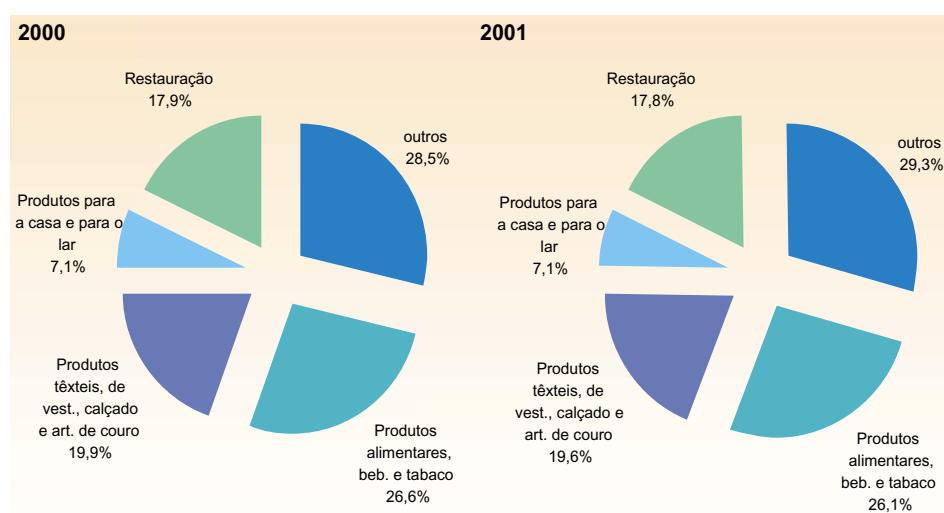
O volume de negócios por m² mais significativo ascendeu a 4 633 euros em 2001 nos estabelecimentos do Comércio a retalho de produtos para a casa e para o lar, enquanto na restauração não foi além dos 2 167 euros.

Os estabelecimentos de Comércio a retalho de produtos alimentares, bebidas e tabaco empregavam 21 537 pessoas em 2001, mais 1 171 do que no ano anterior, representando 26,1% do total dos estabelecimentos dos Centros Comerciais. Por seu lado, a restauração era responsável pela existência

de 17,8% do total dos postos de emprego dos estabelecimentos considerados. O Comércio a retalho de têxteis, vestuário, calçado e artigos de couro contribuiu com 19,6% do total do emprego no total das unidades seleccionadas. O número médio de pessoas ao serviço era mais elevado no Comércio a retalho de produtos alimentares, bebidas e tabaco, 27,3 em 2000 e 28,4 em 2001. Na restauração, este indicador alcançou as 6,2 pessoas por estabelecimento em 2001.

Gráfico 1.3.3.4

Distribuição do número de pessoas ao serviço dos estabelecimentos seleccionados, segundo o sector de actividade - 2000 e 2001



Quadros dos principais resultados

Quadro 1.3.3.1 Estabelecimentos dos Centros, Galerias e Condomínios Comerciais, por sector de actividade - 1999

1999

Sector de actividade	Variável / Indicador							
	Nº de estabelecimentos seleccionados ^(a)	Área total dos estabelecimentos seleccionados ^(a) (m ²)	Área média dos estabelecimentos seleccionados ^(a) (m ²)	Volume de negócios ^(a) realizado pelos estabelecimentos com actividade em 1999 (milhares de euros)	Volume de negócios médio por estabelecimento ^(b) (milhares de euros)	Volume de negócios por m ² ^(b) (euros)	Nº de pessoas ao serviço ^(a)	Nº médio de pessoas ao serviço ^(b) por estabelecimento
Comércio a retalho de produtos alimentares, beb. e tabaco	788	488 364	620	2 760 185	418	3 369	20 144	26,9
Comércio a retalho de produtos têxteis, de vest., calçado e art. de couro	5 066	360 575	66	994 985	217	3 207	15 023	2,5
Comércio a retalho de produtos para a casa e para o lar	1 806	166 238	86	512 200	301	4 514	5 376	3,1
Restauração	2 684	224 260	84	346 448	177	2 035	13 522	5,5

^(a) Considerando apenas as actividades seleccionadas para inquirição (comércio e reparação, restauração, serviços pessoais e actividades recreativas)^(b) Considerando apenas os estabelecimentos com 12 meses de actividade em 1999

Nota: Os dados físicos são relativos a Maio de 2000

Quadro 1.3.3.2 Estabelecimentos dos Centros, Galerias e Condomínios Comerciais, por sector de actividade - 2000 e 2001

Sector de actividade	Ano	Variável / Indicador							
		Nº de estab. seleccionados ^(a)	Área total dos estab. seleccionados ^(a) (m ²)	Área média dos estab. seleccionados ^(a) (m ²)	Volume de negócios ^(a) realizado pelos estab. com actividade (milhares de euros)	Volume de negócios médio por estab. ^(b) (milhares de euros)	Volume de negócios por m ^{2(b)} (euros)	Nº de pessoas ao serviço ^(a)	Nº médio de pessoas ao serviço ^(b) por estab.
Comércio a retalho de produtos alimentares, beb. e tabaco	2000	790	489 364	619	2 762 938	430	3 380	20 366	27,3
	2001	799	504 864	632	2 802 490	456	3 410	21 537	28,4
Comércio a retalho de produtos têxteis, de vest., calçado e art. de couro	2000	5 103	363 054	71	995 982	232	3 235	15 180	2,6
	2001	5 226	371 295	71	1 010 484	249	3 264	16 156	2,8
Comércio a retalho de produtos para a casa e para o lar	2000	1 823	167 734	92	512 738	309	4 560	5 439	3,4
	2001	1 877	172 486	92	520 561	316	4 633	5 888	3,4
Restauração	2000	2 706	226 119	84	346 815	195	2 104	13 670	5,9
	2001	2 773	231 781	84	352 133	212	2 167	14 646	6,2

^(a) Considerando apenas as actividades seleccionadas para inquirição (comércio e reparação, restauração, serviços pessoais e actividades recreativas)

^(b) Considerando apenas os estabelecimentos com 12 meses de actividade

Comparações internacionais

1.4

IMPORTÂNCIA DO COMÉRCIO A RETALHO NO TOTAL DO COMÉRCIO

Quadro 1.4.1 Importância do Comércio a retalho no total do Comércio ^(a)							
1999							
PAÍS	Número de empresas do Comércio a retalho	Número de empresas por 1 000 000 habitantes	Peso das empresas de Comércio a retalho no total do Comércio	Número médio de pessoas ao serviço por empresa	Volume de negócios por empresa (milhares de euros)	Peso relativo do pessoal ao serviço no Comércio a retalho no total do Comércio	Peso relativo do volume de negócios do Comércio a retalho no total do Comércio
Portugal	149 540	14 663	75,7%	2,5	172,2	61,3%	34,0%
Finlândia	24 353	4 720	59,7%	4,7	891,1	57,8%	34,6%
Bélgica	81 502	7 980	65,9%	3,5	582,4	56,4%	26,0%
Áustria	34 503	4 269	66,0%	7,8	1 014,3	58,2%	32,7%
Espanha	527 367	13 345	74,8%	2,7	245,0	62,1%	34,8%
França	379 951	6 495	70,3%	4,0	734,0	60,8%	36,9%
Alemanha	284 522	3 468	69,5%	9,0	1 102,3	66,1%	35,9%

^(a) Excepto veículos a motor e motociclos

Fonte: Eurostat, base de dados Structural Business Statistics (SBS)

De referir que, na análise dos dados apresentados nesta secção, os países considerados resultaram de uma escolha limitada pela informação disponível, susceptível de ser considerada comparável.

Em 1999, Portugal era o país com maior número de empresas do Comércio a retalho e reparação de bens pessoais e domésticos por 1 000 000 habitantes, com 14 663 unidades, seguido de Espanha, que contava com 13 345 empresas, enquanto na Alemanha se verificava um número bastante inferior, 3 468 unidades. Com efeito, era em Portugal que o Comércio a retalho assumia uma maior expressão no total do Comércio, com 75,7% das empresas deste sector

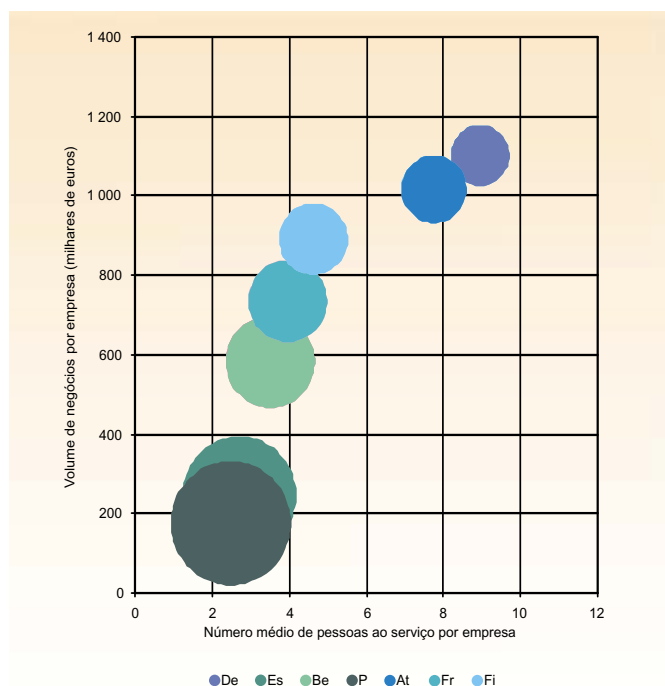
afectas a actividades de retalho e reparação de bens pessoais e domésticos, registando Espanha (74,8%) e França (70,3%) valores mais próximos. Por sua vez, na Finlândia, 59,7% das empresas do Comércio dedicavam a sua actividade ao retalho, revelando o valor mais baixo para este indicador, de entre os países considerados.

Em Portugal, o número médio de pessoas ao serviço das empresas do Comércio a retalho era de 2,5 pessoas, resultado, em parte, do peso muito significativo do número de empresas com menos de 10 pessoas ao serviço. Em Portugal e Espanha o número de empresas com menos de 10 pessoas ao serviço rondava os 92,6% do total das empresas do Comércio a retalho, enquanto na Áustria e na Alemanha estas empresas representavam, respectivamente, apenas 75,2% e 69,6% do total das empresas do Comércio a retalho. No caso destes dois últimos países, estes valores justificam o número médio de pessoas ao serviço por empresa observado, de 7,8 indivíduos na Áustria e de 9,0 na Alemanha.

O volume de negócios por empresa de retalho revelava em Portugal o valor mais reduzido, seguido de Espanha e, a considerável distância, da Alemanha e a Áustria.

Gráfico 1.4.1

Número de estabelecimentos do Comércio a retalho, segundo o volume de negócios e o número médio de pessoas ao serviço por empresa



Em 1999, 61,3% do pessoal ao serviço no sector do Comércio em Portugal estava afecto a empresas

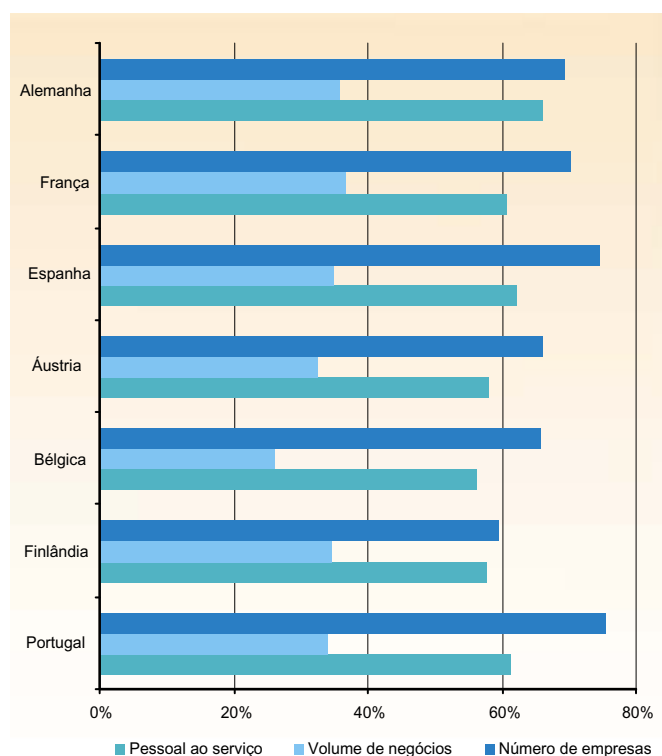
do Comércio a retalho. A Bélgica era o país onde o pessoal ao serviço destas empresas assumia menor expressão no total do Comércio, com 56,4%, enquanto na Alemanha este indicador se ficou pelos 66,1%.

Do total do sector do Comércio em Portugal, 34,0% do volume de negócios resultou da actividade das empresas de Comércio a retalho. Por sua vez, foi na Bélgica que se observou uma menor importância do Comércio a retalho, já que o volume de negócios das empresas desta actividade atingiu apenas os 26,0% do total do Comércio, enquanto em França o volume de negócios deste tipo de Comércio alcançou os 36,9% do total.

No caso de Portugal, apesar de ser o país onde se verificou uma maior representatividade do número de empresas do Comércio a retalho no total do comércio (75,7%), o peso relativo do pessoal ao serviço e do volume de negócios era inferior ao verificado na Alemanha, resultado, em parte, do peso significativo de empresas do Comércio a retalho com menos de 10 pessoas ao serviço entre nós.

Gráfico 1.4.2

Peso relativo do pessoal ao serviço, volume de negócios e número de empresas no total do Comércio



Quadro 1.4.2 Valor acrescentado e investimento no Comércio a retalho^(a)

1999

PAÍS	VAB ao custo dos factores (milhões de euros)	VAB ao custo dos factores em % do volume de negócios	Produtividade aparente da mão-de-obra (milhares de euros)	Investimento por pessoa ao serviço (milhares de euros)
Portugal	3 850	14,9%	10,4	2,8
Finlândia	3 600	16,6%	31,7	X
Bélgica	7 411	15,6%	26,0	6,4
Áustria	7 068	20,2%	26,4	3,2
Espanha	24 779	19,2%	17,2	3,3
França	48 711	17,5%	32,3	4,6
Alemanha	X	X	X	X

^(a) Excepto veículos a motor e motociclosQuadro 1.4.3 Valor acrescentado e investimento no Comércio por grosso^(a)

1999

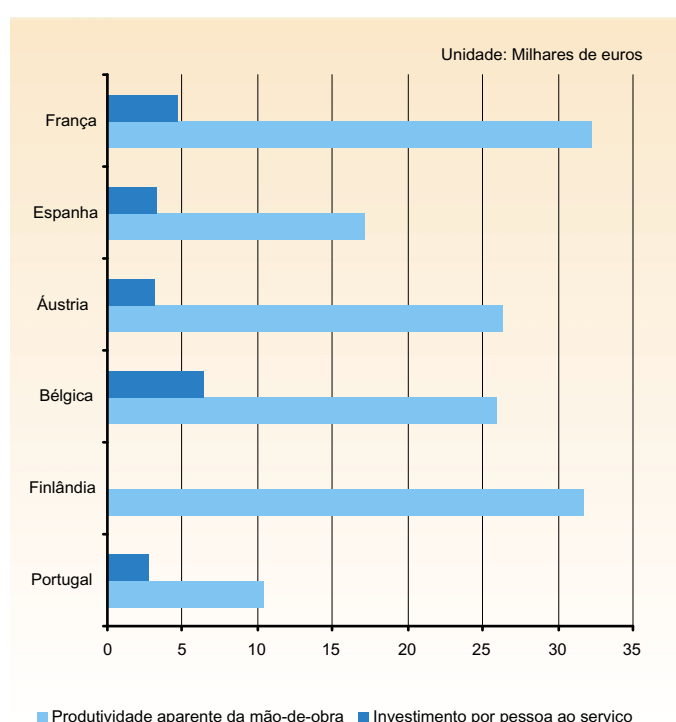
PAÍS	VAB ao custo dos factores (milhões de euros)	VAB ao custo dos factores em % do volume de negócios	Produtividade aparente da mão-de-obra (milhares de euros)	Investimento por pessoa ao serviço (milhares de euros)
Portugal	5 684	11,4%	24,3	5,5
Finlândia	4 784	11,7%	57,7	X
Bélgica	12 671	9,4%	57,5	9,7
Áustria	9 998	13,9%	51,9	6,4
Espanha	26 705	11,0%	30,4	5,8
França	49 481	10,4%	51,0	5,1
Alemanha	X	X	X	X

^(a) Excepto veículos a motor e motociclos

Fonte: Eurostat, base de dados SBS

O indicador VABcf em percentagem do volume de negócios do Comércio a retalho assumiu o valor mais elevado na Áustria, com 20,2%, enquanto Portugal registou o valor mais baixo para este indicador, 14,9%. Também a produtividade aparente da mão-de-obra e investimento por pessoa ao serviço, assumiam em Portugal os valores mais reduzidos em 1999.

Gráfico 1.4.4 Produtividade e investimento no Comércio a retalho



De referir que no caso do Comércio por grosso, os valores disponíveis apontavam para uma posição relativa de Portugal menos desfavorável, quando comparado com os restantes países, excepto no caso da produtividade aparente da mão de obra, onde os desníveis eram muito acentuados, sendo Espanha o país com o rácio mais próximo.

EMPRESAS DO COMÉRCIO A RETALHO COM MAIS DE 500 PESSOAS AO SERVIÇO

Quadro 1.4.4 Volume de negócios total das empresas com mais de 500 pessoas ao serviço no Comércio a retalho^(a) e reparação de bens pessoais e domésticos

1999

PAÍS	Número de empresas	Número de empresas por 1 000 000 habitantes	Peso relativo no total das empresas de Comércio a retalho	Volume de negócios total (milhões de euros)	Volume de negócios por empresa (milhões de euros)	Volume de negócios por pessoa ao serviço (milhares de euros)	Peso relativo no total das empresas de Comércio a retalho
Portugal	15	1,5	0,1%	5 079	339	130	19,7%
Finlândia	25	4,8	0,1%	7 416	297	214	34,2%
Bélgica	33	3,2	0,0%	14 213	431	227	29,9%
Áustria	54	6,7	0,2%	14 193	263	149	40,6%
Espanha	64	1,6	0,0%	36 508	570	159	28,3%
França	160	2,7	0,0%	102 283	639	234	36,7%
Alemanha	368	4,5	0,1%	157 037	427	153	50,1%

^(a) Excepto veículos a motor e motociclos

Quadro 1.4.5 Pessoal ao serviço de empresas com mais de 500 pessoas ao serviço no Comércio a retalho^(a) e reparação de bens pessoais e domésticos

1999

PAÍS	Número de empresas	Número de empresas por 1 000 000 habitantes	Peso relativo no total das empresas de Comércio a retalho	Número de pessoas ao serviço	Número médio de pessoas ao serviço por empresa	Peso relativo no total das empresas de Comércio a retalho
Portugal	15	1,5	0,1%	39 120	2 608	10,6%
Finlândia	25	4,8	0,1%	34 615	1 385	30,5%
Bélgica	33	3,2	0,0%	62 500	1 894	21,9%
Áustria	54	6,7	0,2%	95 498	1 768	35,7%
Espanha	64	1,6	0,0%	229 152	3 581	15,9%
França	160	2,7	0,0%	436 922	2 731	29,0%
Alemanha	368	4,5	0,1%	1 023 569	2 781	40,1%

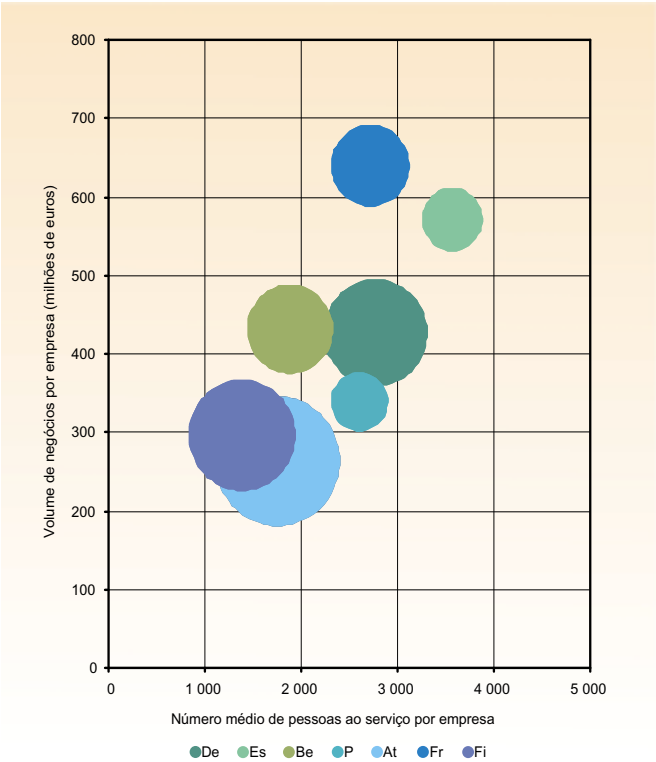
^(a) Excepto veículos a motor e motociclos

Fonte: Inquérito às Empresas Harmonizado e Eurostat, base de dados SBS

Em 1999, existiam em Portugal 15 empresas do Comércio a retalho com mais de 500 pessoas ao serviço, ou seja, 1,5 por 1 000 000 habitantes. Portugal era então o país com menor número de empresas deste tipo por habitante, seguido de Espanha que contava com 1,6 empresas por 1 000 000 habitantes. Por outro lado, a Áustria dispunha de 6,7 empresas por 1 000 000 habitantes, seguida da Finlândia e da Alemanha, com 4,8 e 4,5, respectivamente. Contudo, o peso das empresas deste escalão no total do Comércio a retalho não ultrapassava os 0,2% em qualquer um dos países em análise.

Em termos de volume de negócios, Portugal registava, em 1999, um valor médio por empresa do Comércio a retalho com mais de 500 pessoas ao serviço, valor acima do observado na Áustria e na Finlândia. Contudo, quando se considerava o volume de negócios por pessoa ao serviço e o peso relativo do total das empresas do Comércio a retalho, Portugal apresentava os valores mais reduzidos, situando-se por norma a considerável distância dos outros países.

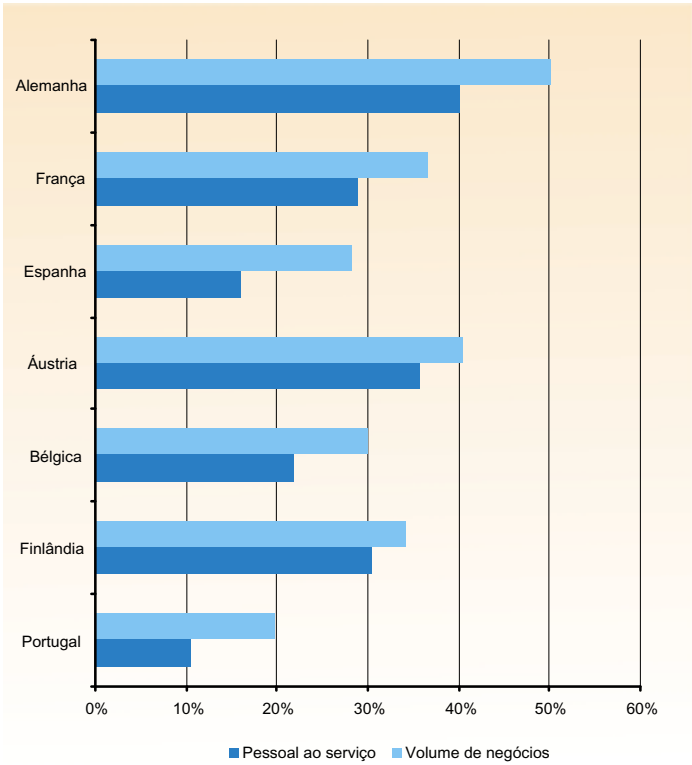
Gráfico 1.4.5 Número de empresas com mais de 500 pessoas ao serviço, segundo o volume de negócios e o número de pessoas ao serviço por empresa



Por outro lado, o número médio de pessoas ao serviço por empresa em Portugal situava-se acima dos valores observados para a Finlândia, Bélgica e Áustria, embora o número de pessoas ao serviço destas empresas em Portugal representasse 10,6% do total do emprego no Comércio a retalho, o valor mais baixo dos países em análise - em Espanha o valor era 15,9%, enquanto na Alemanha esta parcela atingia os 40,1% do total do Comércio a retalho.

Se se considerar o peso relativo no total das empresas de Comércio a retalho, pode-se constatar que em muitos dos países o volume de negócios ultrapassava os 28,3%, excepto no caso de Portugal (19,7%).

Gráfico 1.4.6 Peso relativo do volume de negócios e do pessoal ao serviço no total das empresas do Comércio



EMPRESAS DO COMÉRCIO A RETALHO COM MENOS DE 20 PESSOAS AO SERVIÇO

Quadro 1.4.6

Volume de negócios total das empresas com menos de 20 pessoas ao serviço no Comércio a retalho^(a) e reparação de bens pessoais e domésticos

1999

PAÍS	Número de empresas	Número de empresas por 1 000 000 habitantes	Peso relativo no total das empresas de Comércio a retalho	Volume de negócios total (milhões de euros)	Volume de negócios por empresa (milhares de euros)	Volume de negócios por pessoa ao serviço (milhares de euros)	Peso relativo no total do Comércio a retalho
Portugal	148 721	14 583	99,5%	16 525	111	56	64,2%
Finlândia	23 790	4 611	97,7%	8 200	345	165	37,8%
Bélgica	80 431	7 875	98,7%	23 865	297	137	50,3%
Áustria	33 433	4 136	96,9%	12 604	377	111	36,0%
Espanha	523 499	13 247	99,3%	72 980	139	71	56,5%
França	372 962	6 376	98,2%	96 032	257	136	34,4%
Alemanha	274 266	3 343	96,4%	96 205	351	93	30,7%

^(a) Excepto veículos a motor e motociclos

Quadro 1.4.7

Pessoal ao serviço das empresas com menos de 20 pessoas ao serviço no Comércio a retalho^(a) e reparação de bens pessoais e domésticos

1999

PAÍS	Número de empresas	Número de empresas por 1 000 000 habitantes	Peso relativo no total das empresas de Comércio a retalho	Número de pessoas ao serviço	Número médio de pessoas ao serviço por empresa	Peso relativo no total do Comércio a retalho
Portugal	148 721	14 583	99,5%	292 648	2,0	79,0%
Finlândia	23 790	4 611	97,7%	49 718	2,1	43,8%
Bélgica	80 431	7 875	98,7%	173 833	2,2	60,9%
Áustria	33 433	4 136	96,9%	113 723	3,4	42,5%
Espanha	523 499	13 247	99,3%	1 031 349	2,0	71,7%
França	372 962	6 376	98,2%	708 646	1,9	47,0%
Alemanha	274 266	3 343	96,4%	1 031 271	3,8	40,4%

^(a) Excepto veículos a motor e motociclos

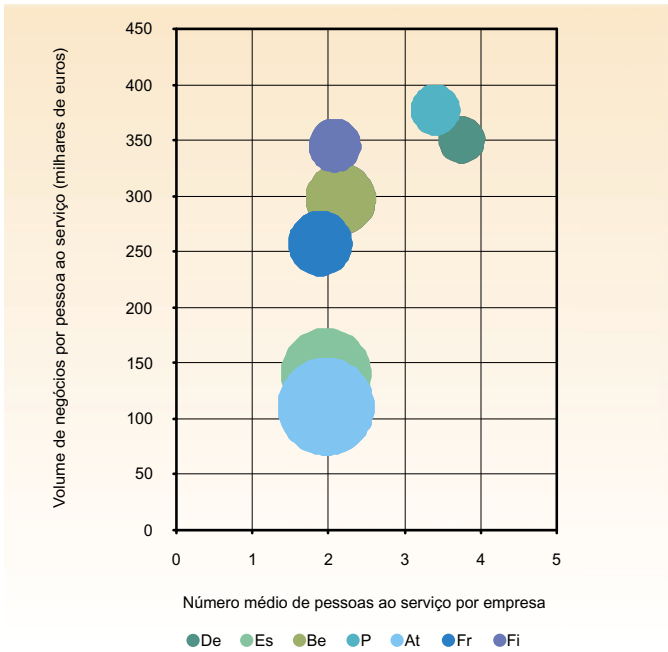
Fonte: Eurostat, base de dados SBS

O número de empresas do Comércio a retalho por 1 000 000 de habitantes com menos de 20 pessoas ao serviço ascendia a 14 583 em Portugal em 1999, o número mais elevado dos países em análise, seguido de Espanha, onde este número atingia 13 247. Por sua vez, na Alemanha este indicador assumia o valor mais baixo, com 3 343 pessoas ao serviço por 1 000 000 de habitantes, seguido da Áustria e da Finlândia. É ainda de referir que estas empresas representavam 99,5% do total das empresas do Comércio a retalho em Portugal, a proporção mais elevada no conjunto destes países

Relativamente ao volume de negócios, Portugal registou em 1999 o valor mais baixo por empresa, 111 milhares de euros, seguido de Espanha, com 139 milhares de euros. Por sua vez, foi na Áustria que se observou o volume de negócios médio por empresa mais elevado, 377 milhares de euros.

O número médio de pessoas ao serviço de empresas do Comércio a retalho com menos de 20 pessoas ao serviço atingiu 2,0 em Portugal, ligeiramente acima do observado para França e igual ao verificado em Espanha, mas abaixo dos 3,8 indivíduos na Alemanha.

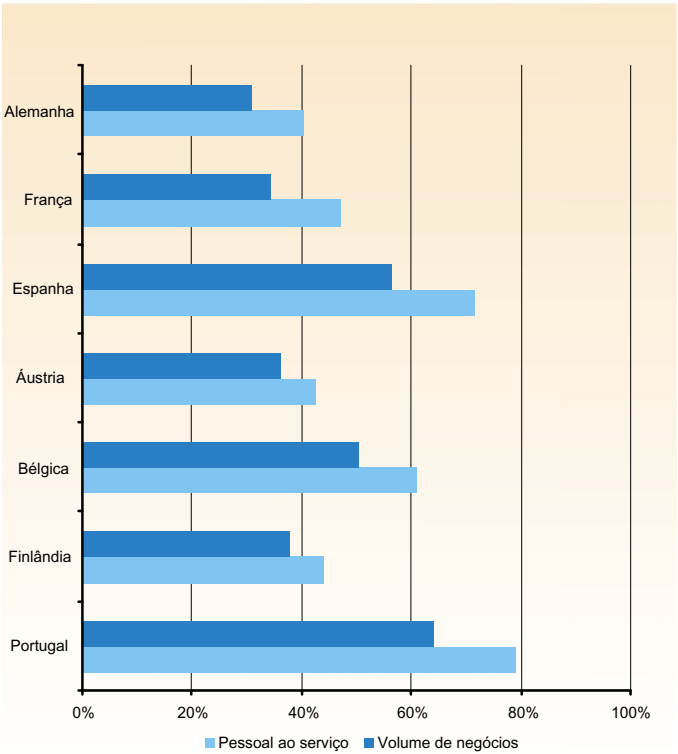
Gráfico 1.4.7 Número de empresas, segundo o volume de negócios e o número de pessoas ao serviço por empresa



O volume de negócios das empresas de Comércio a retalho com menos de 20 pessoas ao serviço em Portugal, representava 64,2% do total do Comércio a retalho, revelando um peso bastante significativo destas empresas, sobretudo quando comparado com a Alemanha ou com a França, onde o volume de negócios destas correspondia a 30,7% e 34,4% do total do Comércio a retalho.

Em termos de pessoal ao serviço, o peso mais significativo destas empresas no total do Comércio a retalho também se verificou em Portugal em 1999, com 79,0%, bastante acima do observado na Alemanha, onde apenas 40,4% do pessoal ao serviço em empresas do Comércio a retalho exercia funções em empresas com menos de 20 pessoas ao serviço.

Gráfico 1.4.8 Peso relativo do volume de negócios e do pessoal ao serviço no total do Comércio



A. Nota Metodológica do Inquérito aos Estabelecimentos Comerciais

1. Introdução

O **Inquérito aos Estabelecimentos Comerciais** realizado desde 1993, é de periodicidade anual, e tem como principal objectivo caracterizar as grandes superfícies comerciais.

Centrando-se fundamentalmente nas Grandes Superfícies Retalhistas Alimentares, até ao ano de referência de 1999, a base de inquirição do Inquérito aos Estabelecimentos Comerciais foi alargada em 2000, em virtude da adequação a um novo conceito, o de “Unidade Comercial de Dimensão Relevante” (UCDR).

No que concerne às GSRA assinala-se que nos anos de 1993 e 1994 só foram considerados os estabelecimentos cuja área de exposição e venda (AEV) fosse igual ou superior a 2 000 m²: Através do Dec-Lei n.º 83/95 de 26 de Abril foram introduzidas algumas adaptações à definição do conceito de Grande Superfície Comercial. Assim a partir desta data, também são consideradas Grandes Superfícies Comerciais os estabelecimentos com área de exposição e venda igual ou superior a 1000 m², desde que sediados em concelhos com menos de 30 000 habitantes.

Com efeito, em 1997, o Decreto-Lei n.º 218/97, de 20 de Agosto, instituiu um novo regime de autorização prévia ao licenciamento municipal para um conjunto de estabelecimentos, que deixa de ser delimitado em função do conceito de “Grande Superfície Comercial”, passando a recorrer a um novo conceito, a “Unidade Comercial de Dimensão Relevante”.

Desta forma passaram a ser consideradas UCDR's, não só os estabelecimentos que possuam mais de 2 000, 4 000 e 5 000 m² de área de venda, consoante se trate de comércio a retalho alimentar, retalho especializado ou comércio por grosso, respectivamente, ou os estabelecimentos destes sectores que, não atingindo as referidas dimensões, pertençam a uma empresa ou grupo económico que detenha, ao nível nacional uma área de venda acumulada superior a 15 000, 25 000 ou 30 000 m², respectivamente.

2. Objectivo

Este inquérito visa produzir informação de base sobre as características das Grandes Superfícies Comerciais, assim como fornecer um conjunto de indicadores sobre a evolução da sua actividade e do consumo neste tipo de estabelecimentos.

3. Produto Estatístico

Unidade Estatística

A unidade estatística de observação é o estabelecimento.

Conceitos

Actividade Principal - Entende-se por actividade principal a de maior importância, medida pelo valor a preços de venda dos produtos vendidos ou fabricados e dos serviços prestados durante o ano a que o inquérito respeita. Na impossibilidade de determinação de qual das actividades exercidas tem maior volume de vendas, considera-se como principal a que ocupa com carácter de permanência maior número de trabalhadores.

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.

Cliente - Pessoa singular ou colectiva que adquire bens ou serviços mediante o pagamento do respectivo preço, contada tantas vezes quantas as transacções efectuadas.

Estabelecimento Comercial - Entende-se por estabelecimento comercial a 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 da mesma empresa.

Marca Própria - Marca do distribuidor para identificar artigos produzidos ou embalados para si.

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

Pessoal Remunerado - Pessoal que participa efectivamente na actividade da empresa / estabelecimento, recebendo por este facto uma soma fixa predeterminada em dinheiro e / ou em géneros (as remunerações em géneros são avaliadas pelo valor de mercado desses géneros).

Pessoal ao Serviço - Número médio de pessoas ao serviço da empresa durante o ano. Para a sua determinação utilizou-se a seguinte fórmula:

$$\frac{\text{Somatório do pessoal ao serviço na última semana completa de cada mês (N.º médio de pessoas)}}{\text{Número de meses de actividade da empresa}}$$

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 - Compreende o montante ilíquido (antes da dedução de quaisquer descontos) em dinheiro e / ou géneros, pagos anualmente pela empresa / estabelecimento com carácter regular, ao total 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.

Volume de Vendas - Inclui o valor total da facturação, com exclusão do I.V.A., realizado pela empresa durante o ano indicado, correspondente à venda de mercadorias, produtos acabados e intermédios, subprodutos, desperdícios, resíduos e refugos (contas POC 711, 712 e 713) e à prestação de serviços a terceiros (contas POC 721, 722 e 723). Ao valor da facturação, são deduzidas as devoluções, descontos e abatimentos (contas POC 717, 718 e 728), sendo consideradas todas as outras taxas, encargos ou despesas que recaiam sobre os produtos e que foram imputados ao cliente, ainda que facturados separadamente. Não são considerados os subsídios de exploração ou quaisquer receitas provenientes da venda de imobilizado.

Variáveis de inquirição

- Caracterização da empresa ou entidade equiparada;
- Identificação do estabelecimento (Nome, Morada);
- Horário de funcionamento (Hora de Abertura e Hora de Fecho, de 2ª a 5ª, 6ª, Sábado, Domingo; N.º de horas de abertura ao público durante o ano)
- Pessoal ao serviço (total, a tempo completo, a tempo parcial);
- Remunerações;
- Características físicas do estabelecimento comercial (localização em Centro Comercial; nº caixas com leitura óptica; nº clientes; parque de estacionamento);

- Área total;
- Área de exposição e venda;
- Repartição percentual do Volume de Vendas a Retalho por Meio de pagamento;
- Volume de Vendas por grupo de produtos;
- Volume de Vendas das Marcas Próprias.

4. Universo de Referência

O universo de referência deste inquérito era constituído pelas Grandes Superfícies Retalhistas Alimentares, de 1993 até 1999, e pelas Unidades Comerciais de Dimensão Relevante localizadas no Continente, que estiveram abertas ao público durante pelo menos um mês, no ano de referência.

5. Método de Inquirição

O método de inquirição é exaustivo.

6. Método de Recolha

O método de recolha utilizado é a via postal.

7. Ficheiro de Lançamento

O ficheiro de lançamento das UCDR's foi constituído pelo ficheiro de respostas do “Inquérito aos Estabelecimentos Comerciais 1999”, que permitia o acesso a informação sobre grande parte das empresas ou grupos económicos com actividade nas áreas de negócio referidas, e pelas listagens das Grandes Superfícies Retalhistas Especializadas e Grandes Superfícies Grossistas da Direcção Geral do Comércio e Concorrência.

8. Controlo de qualidade

O controlo de qualidade da informação é efectuado ao nível do registo do estabelecimento, através de um conjunto de validações entre os diversos campos, e á comparação com a informação inicial do ficheiro de lançamento.

B. Nota Metodológica do Inquérito aos Estabelecimentos dos Centros Comerciais, 1999

1. Definição do Produto Estatístico

Constituem o produto estatístico: a unidade estatística, o universo de referência, as variáveis de observação e a definição clara e objectiva das definições, conceitos e classificações que definem a informação.

1.1 Unidade estatística

Entende-se por unidade estatística um elemento de um conjunto que se pretende observar ou analisar. É ao nível da unidade estatística que se concretiza a classificação, o agrupamento e ordenamento das unidades susceptíveis de aplicação do método de observação.

O produto estatístico cujos resultados são apresentados neste relatório é constituído por três unidades estatísticas interligadas: (1) o Estabelecimento, (2) a Empresa e (3) o Centro, Galeria ou Condomínio Comercial.

A principal unidade estatística é o “Estabelecimento”. Esta foi a unidade sujeita a observação directa, sendo as propriedades das restantes obtidas a partir desta unidade primária. Podendo o estabelecimento ser uma empresa ou parte de uma empresa situada num local topograficamente identificado, a unidade “Empresa” é definida como a entidade jurídica que permite a existência do estabelecimento. Cada empresa terá um ou mais estabelecimentos. A unidade “Centro, Galeria ou Condomínio Comercial” é definida como um conjunto de estabelecimentos de venda a retalho e serviços concebidos, realizados e organizados como uma unidade.

1.2 Universo de referência

O universo de referência é constituído pela delimitação do conjunto de unidades estatísticas, já definidas, que se pretende observar.

Entende-se, nesta operação estatística, por “Centro, Galeria ou Condomínio Comercial”:

“O empreendimento comercial planeado, constituído por um conjunto diversificado de estabelecimentos de venda a retalho e de serviços, num mínimo de doze, localizado num ou mais edifícios contíguos, com pelo menos, 500 m² de área bruta comercial”.

Este conceito é mais abrangente do que o conceito de “Centro Comercial” adoptado no Sistema Estatístico Nacional, cujo conceito é:

“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”.

O conceito de “Centro, Galeria ou Condomínio Comercial” ignora, portanto, a existência ou não de uma unidade de gestão (“entidade gestora”) do conjunto de estabelecimentos, e ainda o carácter planeado (e não espontâneo) da combinação de actividades exercidas nessa unidade.

O universo de referência deste produto estatístico é, assim, constituído pelo conjunto de “Centros, Galerias ou Condomínios Comerciais” existentes em 1999, em Portugal Continental.

Contudo, os “Centros, Galerias ou Condomínios Comerciais” não serão observados directamente, mas sim os estabelecimentos que os constituem, e que exerçam uma das seguintes actividades económicas:

- a actividade comercial e de reparação de bens pessoais e domésticos (divisões 50, 51 e 52 da CAE-Rev. 2);
- a restauração (grupos 553, 554 e 555 da CAE-Rev. 2);
- os serviços pessoais e as actividades recreativas (classe 714, sub-classe 9213, classe 927 e divisão 93 da CAE-Rev. 2).

O universo de “Empresas” sujeitas a observação é constituído por aquelas unidades que detenham pelo menos um “Estabelecimento” localizado num “Centro, Galeria ou Condomínio Comercial”.

1.2.1 Centros Comerciais

Com o objectivo de não deixar de abordar em particular aquelas unidades abrangidas apenas pelo conceito de “Centro Comercial”, são analisados em simultâneo ao longo do capítulo 2 a totalidade do universo de referência e os Centros Comerciais, que foram definidos segundo um conjunto de regras operacionais, aplicadas à posteriori, com vista à identificação destas unidades.

Para a determinação da existência de uma unidade de gestão foi utilizada a informação proveniente do estudo “Centros Comerciais em Portugal – Conceitos, tipologias e dinâmicas de evolução” do Observatório do Comércio. Como aproximação à propriedade de mix comercial planeado, foram seleccionados como Centros Comerciais, aquelas unidades que tivessem simultaneamente estabelecimentos com actividades de comércio, restauração e serviços pessoais e actividades recreativas.

Este conceito foi utilizado ao nível dos apuramentos, apenas para os resultados do inventário.

1.3 Variáveis de observação

As variáveis de observação são constituídas por propriedades observáveis da unidade estatística, e constituem o elemento central do produto estatístico, na medida que definem a informação a produzir.

As variáveis de observação (no quadro a seguir) dividem-se em dois grupos, seguindo de uma forma geral a unidade estatística sujeita a observação: empresa e estabelecimento. O quadro seguinte apresenta de uma forma sistemática as variáveis de observação.

Unidade estatística	Variável	Tipo
Empresa	Designação Social (ou Firma)	ALFANUMÉRICO
	Morada da sede da empresa	ALFANUMÉRICO
	Número de Pessoa Colectiva	ALFANUMÉRICO
	Número total de estabelecimentos pertencentes à Empresa	NUMÉRICO
	Organização Comercial	ESCOLHA MÚLTIPLA
Estabelecimento	Insignia - Nome	ALFANUMÉRICO
	Nº de Loja	ALFANUMÉRICO
	Actividade Principal (CAE-Rev.2)	ALFANUMÉRICO
	Ano de abertura do estabelecimento	NUMÉRICO
	Área total	NUMÉRICO
	Número de meses aberto ao público	NUMÉRICO
	Volume de Negócios	MONETÁRIO
	Área de Exposição e Venda (m2)	NUMÉRICO
	Número de caixas de pagamento	NUMÉRICO
	Leitura óptica (S, N)	ESCOLHA MÚLTIPLA
	Terminal de pagamento automático (S, N)	ESCOLHA MÚLTIPLA
	Gestão informatizada (S, N)	ESCOLHA MÚLTIPLA
	Número de Pessoas ao Serviço	NUMÉRICO
	Número de Pessoas ao Serviço - Homens	NUMÉRICO
	Número de Pessoas ao Serviço - Mulheres	NUMÉRICO
	Número de Pessoas ao Serviço - Menos de 25 anos	NUMÉRICO
	Número de Pessoas ao Serviço - De 25 a 39 anos	NUMÉRICO
	Número de Pessoas ao Serviço - Mais de 39 anos	NUMÉRICO
	Número de Pessoas ao Serviço - Tempo Completo	NUMÉRICO
	Número de Pessoas ao Serviço - Tempo Parcial	NUMÉRICO
	Número de Pessoas ao Serviço - Menos de 1º Ciclo ou menos da antiga 4ª classe	NUMÉRICO
	Número de Pessoas ao Serviço - Básico (1º Ciclo ou antiga 4ª Classe)	NUMÉRICO
	Número de Pessoas ao Serviço - Ciclo Preparatório (antigo 2º ano do Liceu)	NUMÉRICO
	Número de Pessoas ao Serviço - 9º Ano de escolaridade (antigo 5º ano equivalente)	NUMÉRICO
	Número de Pessoas ao Serviço - Secundário (12º ano ou antigo 7º ano)	NUMÉRICO
	Número de Pessoas ao Serviço - Superior ou Instituto Comercial / Industrial	NUMÉRICO
	Responsável pelo Estabelecimento - Sexo	ESCOLHA MÚLTIPLA
	Responsável pelo Estabelecimento - Idade	NUMÉRICO
	Responsável pelo Estabelecimento - Horário de trabalho	ESCOLHA MÚLTIPLA
	Responsável pelo Estabelecimento - Habilitações Literárias	ESCOLHA MÚLTIPLA

1.4 Conceitos estatísticos

O Sistema Estatístico Nacional (SEN), no qual se situa a produção estatística do INE, utiliza um conjunto de instrumentos técnicos de coordenação, entre os quais se encontra o sub-sistema de conceitos estatísticos. A utilização dos mesmos conceitos estatísticos pelos vários inquéritos, para além de permitir, tal como as nomenclaturas, a comparabilidade entre os dados, garante a sua análise objectiva. Os conceitos utilizados neste estudo são os seguintes:

Designação	Conceito
Actividade Principal	Considera-se actividade principal a de maior importância, medida pelo valor a preços de venda dos produtos vendidos ou fabricados ou dos serviços prestados durante o ano a que o inquérito respeita. Na impossibilidade de determinar qual das actividades exercidas tem maior volume de negócios, considera-se como principal a que detém, com carácter de permanência, maior número de trabalhadores.
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 à exposição e venda.
Centro Comercial	Empreendimento comercial planeado, constituído por um conjunto diversificado de estabelecimentos de venda a retalho e de serviços, num mínimo de doze, localizado num ou mais edifícios contíguos, com pelo menos, 500 m ² de área bruta comercial.
Estabelecimento Comercial	Considera-se estabelecimento comercial a 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 da mesma empresa.
Empresa	Entidade jurídica (pessoa singular e colectiva) correspondente a uma unidade organizacional de produção de bens e serviços, usufruindo de uma certa autonomia de decisão, nomeadamente quanto à afectação dos seus recursos correntes. Uma empresa exerce uma ou várias actividades, num ou vários locais.
Organização Comercial	Independente - Empresa que exerce a sua actividade sem qualquer forma de associação. Associada - Empresa que, explorada familiarmente ou em sociedade, se associa a outras empresas para realização de determinadas actividades comuns (compras, transportes, publicidade, etc.) com o objectivo de melhorar a sua competitividade, conservando no entanto a sua independência jurídica (ex: cooperativas de retalhistas, agrupamentos de compras, cadeias franquizadas - ver conceito seguinte). Franchising - Empresa de comércio que opera na base de um contrato de franquia estabelecido entre ela 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. Integrada - Empresa que exerce simultaneamente funções de grosso e de retalho (caso dos grandes armazéns, cadeias de supermercados e hipermercados).

Pessoal ao Serviço	Número médio de pessoas ao serviço da empresa durante o ano, utilizando a seguinte fórmula: $\text{N.º médio de pessoas} = \frac{\text{Pessoal ao serviço na última semana completa de cada mês}}{\text{N.º de meses de actividade da empresa}}$ Considera-se como pessoal ao serviço na última semana completa de cada mês as pessoas que no período de referência, participaram na actividade da empresa independentemente do vínculo que tenham, à excepção dos indivíduos com contratos de prestação de serviços, pelo que: Inclui: as pessoas temporariamente ausentes no período de referência para férias, maternidade, conflito de trabalho, formação profissional, assim como doença e acidentes de trabalho de duração igual ou superior a um mês. Inclui também os trabalhadores de outras empresas que se encontrem a trabalhar na empresa, sendo aí directamente remunerados. Exclui: os trabalhadores a cumprir o serviço militar, em regime de licença sem vencimento, em desempenho de funções públicas (Vereadores, Deputados), ausentes por doença ou acidente de trabalho de duração superior a um mês, assim como trabalhadores com vínculo à empresa deslocados para outras empresas, sendo aí directamente remunerados.
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 por um período inferior ao período normal de trabalho semanal, em vigor na empresa, conforme a respectiva categoria de pessoal.
Volume de Negócios	Valor total da facturação, com exclusão do IVA, realizada pela empresa durante o período de referência, correspondente à venda de mercadorias, produtos acabados e intermédios, subprodutos, desperdícios, resíduos e refugos (contas POC 711, 712 e 713) e à prestação de serviços a terceiros (contas POC 721, 722, 723, 724 e 725). Ao valor da facturação, devem ser deduzidas as devoluções, descontos e abatimentos (contas POC 717, 718, 727 e 728) e consideradas todas as outras taxas, encargos ou despesas que recaiam sobre os produtos e que devam ser imputadas ao cliente, ainda que facturadas separadamente. Não são considerados os subsídios de exploração ou quaisquer receitas provenientes da venda de imobilizado.

1.5 Definições

Para além dos conceitos estatísticos utilizados, e referidos anteriormente, foram adoptadas nesta operação estatística duas definições, que se distinguem dos anteriores conceitos por não terem sido ainda aprovados em sede própria, o Conselho Superior de Estatística. São definições de trabalho ainda sujeitas a alterações, com o objectivo de melhorar a qualidade da informação produzida.

Designação	Definição (sem conceito estatístico oficial aprovado)
Gestão informatizada	Uso generalizado de computador na gestão da loja, como seja gestão de stocks, de pessoal ou, eventualmente, clientes.
Responsável pelo estabelecimento	A pessoa que tem a seu cargo a gestão do funcionamento da loja, desde a decoração até à escolha dos produtos, etc. O responsável pelo estabelecimento poderá ser o empresário (dono do estabelecimento), o sócio da empresa (a que pertence o estabelecimento) responsável pela loja, ou, em último caso, o gerente da loja (por ex., em estabelecimentos de grande dimensão).

1.6. Nomenclaturas

Para a codificação da actividade económica dos estabelecimentos é utilizada a Classificação Portuguesa das Actividades Económicas – 2ª Revisão (CAE-Rev.2). Esta nomenclatura, que codifica as várias actividades económicas, está integrada nas nomenclaturas comunitárias, o que permite comparações internacionais.

No quadro seguinte figuram os códigos das actividades económicas consideradas no Inquérito aos Estabelecimentos dos Centros Comerciais, com uma desagregação até 4 dígitos.

Tabela de Actividades a Inquirir (CAE Rev. 2)

Secção G	Comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos autom., motocicletas e de bens de uso pessoal e doméstico
50	Comércio, manutenção e reparação de veículos automóveis e motocicletas; comércio a retalho de combust. p/ veículos automóveis
50.1	Comércio de veículos automóveis
50.2	Manutenção e reparação de veículos automóveis
50.3	Comércio de peças e acessórios para veículos automóveis
50.4	Comércio, manutenção e reparação de motocicletas, de suas peças e acessórios
50.5	Comércio a retalho de combustível para veículos a motor
51	Comércio por grosso e agentes do comércio, excepto de veículos automóveis e motocicletas
51.1	Agentes do comércio por grosso
51.11	Agentes do comércio por grosso de matérias-primas agric. e têxt., animais vivos e prod. Semi-acabados
51.12	Agentes do comércio por grosso de combustíveis, minérios, metais e de prod. químicos para a indústria
51.13	Agentes do comércio por grosso de madeira e materiais de construção
51.14	Agentes do comércio por grosso de máquinas, equipamento industrial, embarcações e aeronaves
51.15	Agentes do comércio por grosso de mobiliário, artigos para uso doméstico e ferragens
51.16	Agentes do comércio por grosso de têxteis, vestuário, calçado e artigos de couro
51.17	Agentes do comércio por grosso de produtos alimentares, bebidas e tabaco
51.18	Agentes especializados do comércio por grosso de produtos, n.e.
51.19	Agentes do comércio por grosso misto sem predominância
51.2	Comércio por grosso de produtos agrícolas brutos e animais vivos
51.21	Comércio por grosso de cereais, sementes e alimentos para animais
51.22	Comércio por grosso de flores e plantas
51.23	Comércio por grosso de animais vivos
51.24	Comércio por grosso de peles e couro
51.25	Comércio por grosso de tabaco em bruto
51.3	Comércio por grosso de produtos alimentares, bebidas e tabaco
51.31	Comércio por grosso de fruta e de produtos hortícolas
51.32	Comércio por grosso de carne e produtos à base de carne
51.33	Comércio por grosso de leite e derivados, ovos, azeite, óleos e gorduras alimentares
51.34	Comércio por grosso de bebidas
51.35	Comércio por grosso de tabaco
51.36	Comércio por grosso de açúcar, chocolate e produtos de confeitaria
51.37	Comércio por grosso de café, chá, cacau e especiarias
51.38	Comércio por grosso de outros produtos alimentares
51.39	Comércio por grosso não especializado de produtos alimentares, bebidas e tabaco

Tabela de Actividades a Inquirir (Cont.)

Secção G	Comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos autom., motocicletas e de bens de uso pessoal e doméstico
51	Comércio por grosso e agentes do comércio, excepto de veículos automóveis e motocicletas
51.4	Comércio por grosso de bens de consumo, excepto alimentares, bebidas e tabaco
51.41	Comércio por grosso de têxteis
51.42	Comércio por grosso de vestuário e calçado
51.43	Comércio por grosso de electrodomésticos, aparelhos de rádio e de televisão
51.44	Comércio por grosso de louças em cerâmica e em vidro, papel de parede e produtos de limpeza
51.45	Comércio por grosso de perfumes e de produtos de higiene
51.46	Comércio por grosso de produtos farmacêuticos
51.47	Outro comércio por grosso de bens de consumo
51.5	Comércio por grosso de bens intermédios (não agrícolas), de desperdícios e de sucata
51.51	Comércio por grosso de combustíveis sólidos, líquidos e gasosos e produtos derivados
51.52	Comércio por grosso de minérios e de metais
51.53	Comércio por grosso de madeira, de materiais de construção e equipamento sanitário
51.54	Comércio por grosso de ferragens, ferramentas manuais e artigos para canalizações e aquecimento
51.55	Comércio por grosso de produtos químicos
51.56	Comércio por grosso de bens intermédios (não agrícolas), n.e.
51.57	Comércio por grosso de desperdícios e sucata
51.6	Comércio por grosso de máquinas e equipamentos
51.61	Comércio por grosso de máquinas-ferramentas
51.62	Comércio por grosso de máquinas para a construção
51.63	Comércio por grosso de máquinas para a indústria têxtil, máquinas de costura e de tricotar
51.64	Comércio por grosso de máquinas e material de escritório
51.65	Comércio por grosso de outras máquinas e equipamentos para a indústria, comércio e navegação
51.66	Comércio por grosso de máquinas e outros equipamentos agrícolas
51.7	Comércio por grosso, n.e.
51.70	Comércio por grosso, n.e.
52	Comércio a retalho (excepto de veículos automóveis, motocicletas e combustíveis p/ veículos); reparação de bens pessoais e domésticos
52.1	Comércio a retalho em estabelecimentos não especializados
52.11	Comércio a retalho em estab. não especializados, com predominância de prod. alm., bebidas ou tabaco
52.12	Comércio a retalho em estab. não especializados, sem predominância de prod. alm., bebidas ou tabaco
52.2	Comércio a retalho de produtos alimentares, bebidas e tabaco em estabelecimentos especializados
52.21	Comércio a retalho de frutas e produtos hortícolas
52.22	Comércio a retalho de carne e produtos à base de carne
52.23	Comércio a retalho de peixe, crustáceos e moluscos
52.24	Comércio a retalho de pão, de produtos de pastelaria e de confeitaria
52.25	Comércio a retalho de bebidas
52.26	Comércio a retalho de tabaco
52.27	Outro comércio a retalho de produtos alimentares em estabelecimentos especializados
52.3	Comércio a retalho de produtos farmacêuticos, médicos, cosméticos e de higiene
52.31	Comércio a retalho de produtos farmacêuticos (farmácias)
52.32	Comércio a retalho de produtos médicos e ortopédicos
52.33	Comércio a retalho de produtos cosméticos e de higiene
52.4	Comércio a retalho de outros produtos novos em estabelecimentos especializados
52.41	Comércio a retalho de têxteis
52.42	Comércio a retalho de vestuário
52.43	Comércio a retalho de calçado e artigos de couro
52.44	Comércio a retalho de móveis, de artigos de iluminação e de outros artigos para o lar
52.45	Comércio a retalho de electrodom., aparelhos de rádio e tel., instrum. musicais, discos e prod. similares
52.46	Comércio a retalho de ferragens, tintas, vidros, equipamento sanitário, ladrilhos e similares
52.47	Comércio a retalho de livros, jornais e artigos de papelaria
52.48	Comércio a retalho de outros produtos novos em estabelecimentos especializados

Tabela de Actividades a Inquirir (Cont.)

Secção G	Comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos autom., motociclos e de bens de uso pessoal e doméstico
52	Comércio a retalho (excepto de veículos automóveis, motociclos e combustíveis p/ veículos); reparação de bens pessoais e domésticos
52.5	Comércio a retalho de artigos em segunda mão em estabelecimentos
52.50	Comércio a retalho de artigos em segunda mão em estabelecimentos
52.6	Comércio a retalho não efectuado em estabelecimentos
52.61	Comércio a retalho por correspondência
52.62	Comércio a retalho em bancas e feiras
52.63	Comércio a retalho por outros métodos não efectuado em estabelecimentos
52.7	Reparação de bens pessoais e domésticos
52.71	Reparação de calçado e de outros artigos de couro
52.72	Reparação de electrodomésticos
52.73	Reparação de relógios e de artigos de joalharia
52.74	Reparação de bens pessoais e domésticos, n.e.
Secção H	Alojamento e restauração (restaurantes e similares)
55	Alojamento e restauração (restaurantes e similares)
55.3	Restaurantes
55.4	Estabelecimentos de bebidas
55.5	Cantinas e fornecimento de refeições ao domicílio (catering)
Secção K	Actividades imobiliárias, alugueres e serviços prestados às empresas
71	Aluguer de máquinas e de equipamentos sem pessoal e de bens pessoais e domésticos
71.4	Aluguer de bens de uso pessoal e doméstico, n.e.
71.40	Aluguer de bens de uso pessoal e doméstico, n.e.
Secção O	Outras actividades de serviços colectivos, sociais e pessoais
92	Actividades recreativas, culturais e desportivas
92.1	Actividades cinematográficas e de vídeo
92.13	Projeção de filmes e de vídeos
92.7	Outras actividades recreativas
92.71	Lotarias e outros jogos de aposta
92.72	Outras actividades recreativas, n.e.
93	Outras actividades de serviços
93.0	Outras actividades de serviços
93.01	Lavagem e limpeza a seco de têxteis e peles
93.02	Actividades de salões de cabeleireiro e institutos de beleza
93.03	Actividades funerárias e conexas
93.04	Manutenção física
93.05	Outras actividades de serviços, n.e.

1.7 Produção estatística relacionada

A utilização dos instrumentos de coordenação estatística permite a integração de vários inquéritos e a comparabilidade dos resultados. Por outro lado, a possibilidade de cruzamento da informação individual, dos vários inquéritos, minimiza a carga inquiritiva sobre as empresas e permite produzir informação adicional. De seguida apresentam-se os inquéritos relacionados com o projecto dos Centros Comerciais:

1.7.1 Inquérito aos Estabelecimentos Comerciais – Grandes Superfícies Comerciais (IEC)

O IEC constituiu o modelo de base para o Inquérito aos Estabelecimentos dos Centros Comerciais, sendo o universo de referência do IEC constituído pelas Grandes Superfícies Retalhistas Alimentares, as Grandes Superfícies Retalhistas Especializadas e as Grandes Superfícies Grossistas. Estando alguns dos estabelecimentos deste inquérito localizados em Centros Comerciais, a coordenação dos dois projectos, permitiu eliminar a dupla inquirição. A utilização das mesmas variáveis, entre outros instrumentos técnicos de coordenação estatística, permite a completa comparação de resultados dos dois inquéritos.

1.7.2 Inquérito às Empresas (Harmonizado) - IEH

O IEH produz informação estrutural das empresas e informação económico – financeira do balanço e demonstração de resultados. O cruzamento de informação é possível através da unidade estatística de observação “Empresa”, integrando informação sobre actividades económicas exercidas em Centros Comerciais com a restante informação empresarial.

2. Metodologia de Recolha

A metodologia de recolha de dados consistiu em duas fases: (1) o inventário de todos os estabelecimentos localizados em cada um dos Centros, Galerias e Condomínios Comerciais; e (2) a realização de um inquérito aos estabelecimentos com actividades de comércio, restauração, serviços pessoais e actividades recreativas.

2.1 Inventário dos estabelecimentos

O inventário dos estabelecimentos localizados em Centros, Galerias e Condomínios Comerciais decorreu durante o mês de Maio de 2000, sendo este o mês de referência da informação referente ao inventário.

2.1.1 Ficheiro de partida

Foi utilizado como ficheiro de partida para o inventário, o ficheiro de Centros, Galerias e Condomínios Comerciais resultante do estudo “Centros Comerciais em Portugal – Conceito, tipologias e dinâmicas de evolução – Março de 2000”, realizado pelo Observatório do Comércio. Este ficheiro tem como referência o ano 1999, e uma dimensão de 789 Centros, Galerias e Condomínios Comerciais.

2.1.2 Método de inventariação

O inventário consistiu na visita directa por entrevistador e levantamento de todos os estabelecimentos e lojas vagas de todos os Centros, Galerias e Condomínios Comerciais do ficheiro de partida, independentemente da sua actividade económica, através do preenchimento de uma folha de inventário.

2.1.3 Folha de inventário

A folha de inventário foi o instrumento de notação utilizado para a realização do inventário e consistiu nos seguintes elementos, a serem preenchidos pelos entrevistadores:

- Na primeira coluna foi indicado o Número de Ordem do estabelecimento, destinando-se cada linha a um estabelecimento/loja.
- Na segunda coluna foi indicado o N.º de Loja que identifica o estabelecimento dentro do Centro Comercial (por exemplo para receber o correio).
- Na terceira coluna foi indicado se o espaço da loja estava Vago, ou se estava Ocupado, indicando 'V' se estivesse Vago, e 'O' se estivesse Ocupado. Considerou-se que um espaço estava vago se não estivesse alugado (ou vendido) pelo Centro Comercial. Nos casos em que existe um estabelecimento naquele espaço, mas encontra-se fechado deve indicar essa situação na coluna correspondente ao resultado da entrevista, indicando o motivo nas observações.
- A quarta coluna foi utilizada para a classificação da actividade económica principal do estabelecimento.
- Se a actividade económica do estabelecimento estivesse abrangida pelo inquérito a realizar na segunda fase, o estabelecimento era seleccionado para inquirição, marcando-se com um X a quadrícula da quinta coluna.
- A sexta coluna destinou-se ao Nome ou insígnia do estabelecimento. Considerou-se insígnia o nome pelo qual o estabelecimento é identificado pelos clientes.
- A sétima, oitava e a nona coluna, foram auxiliares ao processo de inquirição, e destinaram-se à identificação do responsável do estabelecimento, e respectivo contacto, se necessário.
- O último campo serviu para a indicação de eventuais observações.

2.2 Inquérito aos estabelecimentos

2.2.1 Ficheiro de lançamento

O ficheiro de lançamento do inquérito resultou da primeira fase da recolha de informação, através da selecção, na fase de inventário, do estabelecimento para inquirição de acordo com a sua actividade económica.

2.2.2 Método de inquirição

O Método de Inquirição utilizado foi o exaustivo. A inexistência de informação a priori, dificultava o desenho de um processo de amostragem. O objectivo de constituir um ficheiro de estabelecimentos em Centros Comerciais levou igualmente à escolha desta opção metodológica.

2.2.3 Método de recolha

O Método de Recolha foi misto: recolha directa e via postal.

A recolha da informação foi realizada em duas etapas: numa primeira etapa, o questionário foi entregue nos estabelecimentos dos centros comerciais, ao responsável pelo estabelecimento, por um entrevistador do INE, durante a realização da primeira fase (inventário), que, na impossibilidade de ter sido preenchido e recolhido no momento, deveria ser posteriormente devolvido ao INE, por via postal; numa segunda etapa, os entrevistadores dirigiram-se novamente aos estabelecimentos dos quais não foi obtida resposta, a fim de realizar a insistência e recolher o questionário preenchido. Foram ainda utilizadas insistências por via postal.

2.2.4 Recolha de informação

A recolha de informação decorreu durante o período que se iniciou com o inventário aos estabelecimentos, Maio de 2000, até Dezembro do mesmo ano, incluindo o período de insistências postais e telefónicas.

3. Metodologia de Tratamento das Não Respostas

3.1 Descrição

O tratamento das não respostas foi feito em passos sequenciais, que se passam a enunciar:

1. Em primeiro lugar, foram efectuados testes de correlação entre as variáveis, verificando-se que as variáveis VVN, AREA, AEV e NPS estão correlacionadas entre si e que o grau de correlação entre as variáveis VVN e NPS é maior do que entre outro qualquer duo de variáveis.
2. Com base nesta informação, procedeu-se à estruturação de classes para a variável NPS e à construção de grupos de estabelecimentos com base na CAE do estabelecimento (a 5 dígitos) e na classe de NPS, de modo a estimar o VVN em falta utilizado a média do VVN em cada grupo. Para os casos onde o NPS também não era conhecido, pôs-se o problema de estimar previamente todos os NPS em falta.
3. Dada a correlação existente entre as variáveis NPS e AREA, procedeu-se à estruturação de classes para esta última variável, e agruparam-se os estabelecimentos com a mesma CAE (a 5 dígitos) e a mesma classe de AREA, de modo a substituir o NPS em falta pela sua média, em cada grupo. Mais uma vez, as não respostas à variável AREA impediram que se passasse de imediato a esta substituição.
4. Nesta fase, a questão resumia-se a encontrar uma forma de substituir os valores em falta para a variável AREA, para os casos em que o NPS também não era conhecido. A solução encontrada consistiu em agrupar os estabelecimentos com aquelas três variáveis em falta com base em duas variáveis reveladoras do perfil de um estabelecimento: o escalão de dimensão do Centro Comercial onde se situa, e a sua CAE (a 4 ou a 5 dígitos,

conforme o número de casos). Ou seja, foi criado um novo campo para a categoria formada por estas duas variáveis e utilizou-se a média da variável AREA para estimar aqueles valores em falta (por categoria).

5. A partir daqui, foi então aplicado a metodologia descrita nos pontos (2) e (3), por ordem inversa. Depois de estimado o VVN em falta (ver ponto 2), foram estimados os valores em falta para a variável AREA, utilizando a média em cada grupo.

6. Note-se que a seguir à substituição dos valores em falta da variável AREA, nos pontos (4) e (5), procedeu-se à estimação da AEV para os estabelecimentos comerciais que estiveram em actividade no ano em referência, com esta variável em falta. Não se utilizaram as médias da variável AEV por grupo, por conduzir a uma incoerência entre os valores da AREA e da AEV, por comparação. A solução encontrada foi igualar as duas áreas (estimação por defeito).

7. A variável NCAX (Número de Caixas de Pagamento), válida para os estabelecimentos comerciais, foi estimada a partir dos grupos constituídos com base no critério do escalão de NPS e da CAE do Estabelecimento, recorrendo às respectivas médias registadas.

8. Todas as variáveis categóricas foram estimadas por aplicação da repartição registada em cada grupo, constituídos com base no critério do escalão de NPS e da CAE do Estabelecimento.

9. As não – respostas completas foram tratadas tal como é descrito no ponto (4), visto tratar-se de observações sem informação sobre VVN, AREA e NPS, mas cuja actividade económica havia sido codificada no inventário. Assumiu-se ainda que todos estiveram em actividade os doze meses.

3.2 Definição das classes

As classes para as variáveis NPS e AREA foram definidas a partir da observação das frequências absolutas e acumuladas para cada variável.

Classes de NPS : [1, 2], [3-5], [6-10], [11-25], [26-50], [51-100], [101-200]

A partir de NPS igual a 100, as classes têm intervalos regulares de 100 pessoas.

Classes de AREA (m²) : <51, [51-100], [101-200], [201-400], [401-600], [601-800], [801-1000], [1001-1500]

A partir de 1500 m², os intervalos são regulares, de amplitude igual a 1500 m².

Consoante o número de casos, houve a necessidade de agrupar duas ou mais classes, para ambas as variáveis.



INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA
DIRECÇÃO REGIONAL DE

FOLHA DE CONTROLE Inquérito aos Estabelecimentos dos Centros Comerciais - 1999

Centro Comercial:				Entrevistador Supervisor:					
Orden	Nome do estabelecimento	Actividade principal	Seleção	Nome / Registo	Responsável do estabelecimento	Tel	Fax	Realizado de	Observações
1			☐						
2			☐						
3			☐						
4			☐						
5			☐						
6			☐						
7			☐						
8			☐						
9			☐						
10			☐						
11			☐						
12			☐						
13			☐						
14			☐						
15			☐						
16			☐						
17			☐						
18			☐						
19			☐						
20			☐						
21			☐						
22			☐						
23			☐						
24			☐						

Realizado de Entrevista

- 1 - entrevista completa
- 2 - entrevista parcial (por centro)
- 3 - entrevista incompleta (dados secundários 1999)
- 4 - entrevista
- 5 - outro

C. Nota Metodológica do Inquérito aos Estabelecimentos dos Centros Comerciais, 2000 e 2001

1. Base de amostragem

Universo – Estabelecimentos localizados em Centros Comerciais;

Âmbito Geográfico – Continente.

Actividades Económicas (CAE-Rev. 2) :

- Actividades de Panificação e Pastelaria (Classe 1581);
- Actividades de Confeção de Outro Vestuário Exterior por Medida (Subclasse 18222)
- Actividades de Comércio; Manutenção e Reparação de Veículos Automóveis e Motociclos; Comércio a Retalho de Combustíveis para Veículos (Divisão 50)
- Actividades de Comércio a Retalho (Excepto de Veículos Automóveis, Motociclos e Combustíveis para Veículos), Reparação de Bens Pessoais e Domésticos (Divisão 52);
- Actividades de Restauração (Grupos 553, 554, e 555);
- Actividades de Agências de Viagens e de Turismo (Grupo 633);
- Actividades de Aluguer de Veículos Automóveis (Grupo 711) e de Aluguer de Bens de Uso Pessoal e Doméstico (Grupo 714);
- Actividades Fotográficas (Classe 7481);
- Actividades de Secretariado, Tradução e Endereçamento (Classe 7483);
- Actividades de Projectção de Filmes e de Vídeos (Classe 9213);
- Outras Actividades Recreativas (Grupo 927);
- Outras Actividades de Serviços (Divisão 93).

2 . Especificações da amostra

Representatividade

- NUTS – nível II;
- CAE-Rev.2, segundo o nível da Nomenclatura Agregada I, definida em anexo;
- Número de Pessoas ao Serviço no estabelecimento, para todas as actividades excepto para a Divisão 52 da CAE-Rev.2, segundo as classes:

Nº de Ordem	Intervalo (nº de pessoas)
1	Até 2 Pessoas
2	De 3 a 5 Pessoas
3	de 6 a 10 Pessoas
4	Mais de 10 Pessoas

Área Total dos estabelecimentos: apenas para a divisão 52 da CAE-Rev.2, segundo as classes:

Nº de Ordem	Intervalo (m²)
1	<100
2	> 100 e < 400
3	> 400 e < 900
4	> 900

A amostra deve ser representativa:

- Ao nível da Actividade Económica: CAE-Rev.2, segundo o nível 2 da Nomenclatura Agregada II, apresentada em anexo;
- Ao nível da NUTS: nível II, em cruzamento com a CAE-Rev.2 segundo o nível 1 da Nomenclatura Agregada II, apresentada em anexo;

- III. Ao nível da Área Total dos estabelecimentos (apenas para a Divisão 52 da CAE-Rev. 2):
- Classes definidas no ponto 2, em cruzamento com a CAE-Rev. 2, segundo o nível 1.c da Nomenclatura Agregada II, definida em anexo;

Erro de amostragem:

A representatividade deve considerar um erro máximo de 10% para a Variável VVN (Volume de Negócios).

Método de amostragem

Para efeitos de selecção da amostra, considera-se para a inquirição exaustiva os estabelecimentos com Área Total > 900 m².

Nomenclaturas

O sub-sistema de nomenclaturas faz parte do conjunto dos instrumentos técnicos de coordenação do SEN. Este providencia coerência à produção de informação estatística, dado que ao conferir uma linguagem comum aos vários inquéritos, possibilita uma análise integrada de toda a informação disponibilizada pelo sistema.

As nomenclaturas agregadas utilizadas na metodologia do inquérito aos Estabelecimentos dos Centros Comerciais em 2000 e 2001, foram as seguintes:

ACTIVIDADES DOS CENTROS COMERCIAIS - NOMENCLATURA AGREGADA I (para estratificação) - 2000

NÍVEL 1		NÍVEL 2	
Actividades	N.º de Ordem	Actividades (CAE rev.2)	N.º da Ordem
COMÉRCIO ALIMENTAR	1	Subclasse 52111	1
		Subclasse 52112	2
		Grupo 522 – desagregado a 5 dígitos; <u>Nota:</u> agrupar 52271 com 52272	3 ao 10
COMÉRCIO NÃO ALIMENTAR	2	Subclasse 52120	11
		Grupo 523 – desagregação a 5 dígitos (por subclasse)	12 ao 14
		Grupo 524 – desagregação a 5 dígitos; <u>Notas:</u> agrupar 52487 com 52488	15 ao 37
		Subclasse 52500	38
		Grupo 527 – desagregação a 5 dígitos (por subclasse)	39 ao 43
		Divisão 50 (excepto Grupo 501) – sem desagregação	44
		Grupo 501 – sem desagregação	45
RESTAURAÇÃO	3	Classe 1581 – sem desagregação	46
		Grupo 553 + Grupo 555 – sem desagregação	47
		Grupo 554	48
SERVIÇOS	4	Subclasse 18222	49
		Grupo 633 – sem desagregação	50
		Grupo 711 – sem desagregação	51
		Grupo 714 – sem desagregação	52
		Subclasse 74810	53
		Subclasse 74830	54
		Subclasse 93010 + Subclasse 18222	55
		Subclasse 93021	56
		Subclasse 93022	57
		Classe 9304 – sem desagregação	58
		Subclasse 93050	59
LAZER	5	Classe 9213 – sem desagregação	60
		Grupo 927 – sem desagregação	61

ACTIVIDADES DOS CENTROS COMERCIAIS - NOMENCLATURA AGREGADA II (para a representatividade) - 2000

NÍVEL 1		NÍVEL 2	
Actividades	N.º de Ordem	Actividades (CAE rev.2)	N.º de Ordem
COMÉRCIO ALIMENTAR	1	Subclasse 52111	1
		Subclasse 52112	2
		Grupo 522 – desagregado a 5 dígitos (por subclasse). Nota: agrupar subclasse 52271 com subclasse 52272	3 ao 10
		Subclasse 52120	11
COMÉRCIO NÃO ALIMENTAR	2	Grupo 523 – desagregação a 5 dígitos (por subclasse)	12 ao 14
		Grupo 524 – desagregação a 5 dígitos (por subclasse). Nota: agrupar subclasse 52482 com subclasse 74810; agrupar subclasse 52487 com subclasse 52488	15 ao 37
		Subclasse 52500	38
		Grupo 527 – desagregação a 5 dígitos (por subclasse)	39 ao 43
		Divisão 50 (excepto Grupo 501) – sem desagregação	44
		Grupo 501 – sem desagregação	45
RESTAURAÇÃO	3	Grupo 553 + Grupo 555 – sem desagregação	46
		Grupo 554 + Classe 1581 – sem desagregação	47
SERVIÇOS	4	Grupo 633 – sem desagregação	48
		Grupo 711 – sem desagregação	49
		Grupo 714 – sem desagregação	50
		Subclasse 74830	51
		Subclasse 93010 + Subclasse 18222	52
		Subclasse 93021	53
		Subclasse 93022	54
		Classe 9304 – sem desagregação	55
		Subclasse 93050	56
		Classe 9213 – sem desagregação	57
LAZER	5	Grupo 927 – sem desagregação	58

NÍVEL 1.c *	
Actividades (CAE rev.2)	N.º de Ordem
Subclasse 52111	1
Subclasse 52112	2
Grupo 522 (sem desagregação)	3
Subclasse 52120	4
Grupo 523 (sem desagregação)	5
Grupo 524 – desagregação a 5 dígitos (por classe). Nota: agrupar subclasse 52482 com subclasse 74810; agrupar subclasse 52487 com subclasse 52488	6 ao 28
Subclasse 52500	29
Grupo 527 – sem desagregação	30

* Especifico para a Divisão 52 de CAE Rev.2 – Comércio a Retalho (Excepto de Veículos Automóveis, Motores e Combustíveis para Veículos), Reparação de Bens Pessoais e Domésticos; não se considera o Grupo 506 – Comércio a Retalho Não Especificado em Estabelecimentos

ACTIVIDADES DOS CENTROS COMERCIAIS - NOMENCLATURA AGREGADA II (Para a representatividade), 2001

NÍVEL 1		NÍVEL 2		NÍVEL 1.c *	
Actividades	Nº Ordem	Actividades (CAE-Rev.2)	Nº Ordem	Actividades (CAE-Rev.2)	Nº Ordem
COMERCIO ALIMENTAR	1	Subclasse 52111	1	Subclasse 52111	1
		Subclasse 52112	2	Subclasse 52112	2
		Grupo 522 - desagregado a 5 dígitos (por subclasse): Nota: agrupar subclasse 52271 com subclasse 52272	3 a 10	Grupo 522 - (sem desagregação)	3
		Subclasse 52120	11	Subclasse 52120	4
COMERCIO		Grupo 523 - sem desagregação	12	Grupo 523 (sem desagregação)	5
NÃO ALIMENTAR	2	Grupo 524 - desagregação a 5 dígitos (por subclasse): Nota: agrupar subclasse 52482 com subclasse 52487 com subclasse 52488	13 a 35	Grupo 524 - desagregação a 5 dígitos (por classe)	6 a 28
		Subclasse 52500	36	Notas: agrupar subclasse 52482 com subclasse 52487 com subclasse 52488	29
		Grupo 527 - desagregação a 5 dígitos (por subclasse)	37 a 41	Subclasse 52500	30
		Divisão 50 (excepto Grupo 501) - sem desagregação	42	Grupo 527 - sem desagregação	
RESTAURAÇÃO	3	Grupo 501 - sem desagregação	43		
SERVIÇOS	4	Grupo 553 + Grupo 555 - sem desagregação	44		
		Grupo 554 + Classe 1591 - sem desagregação	45		
		Grupo 633 - sem desagregação	46		
		Grupo 711 - sem desagregação	47		
		Grupo 714 - sem desagregação -	48		
		Subclasse 74830	49		
		Subclasse 93010 + Subclasse 16222	50		
		Subclasse 93021	51		
		Subclasse 93022	52		
		Classe 9304 - sem desagregação	53		
LAZER	5	Subclasse 93050	54		
		Classe 9213 - sem desagregação	55		
		Grupo 927 - sem desagregação	56		

* - Específico para a Divisão 52 da CAE_Rev.2 - Comércio a Retalho (Excepto de Veículos Automóveis, Motociclos e Combustíveis para Veículos), Reparação de Bens Pessoais e Domésticos; Não se considera o Grupo 529 - Comércio a Retalho Não Efectuado em Estabelecimentos.

ACTIVIDADES DOS CENTROS COMERCIAIS - NOMENCLATURA AGREGADA I (PARA ESTRATIFICAÇÃO), 2001

NÍVEL 1		NÍVEL 2	
Actividades	Nº de Ordem	Actividades (CAE-Rev.2)	Nº de Ordem
COMÉRCIO ALIMENTAR	1	Subclasse 52111	1
		Subclasse 52112	2
		Grupo 522 - desagregado a 5 dígitos. Nota: agrupar 52271 com 52272	3 a 10
COMÉRCIO NÃO ALIMENTAR	2	Subclasse 52120	11
		Grupo 523 - sem desagregação	12
		Grupo 524 - desagregação a 5 dígitos; Notas: agrupar 52487 com 52488	13 a 35
		Subclasse 52500	36
		Grupo 527 - desagregação a 5 dígitos (por subclasse)	37 a 41
		Divisão 50 (excepto Grupo 501) - sem desagregação	42
		Grupo 501 - sem desagregação	43
RESTAURAÇÃO	3	Classe 1581 - sem desagregação	44
		Grupo 553 + Grupo 555 - sem desagregação	45
		Grupo 554	46
		Subclasse 18222	47
SERVIÇOS	4	Grupo 633 - sem desagregação	48
		Grupo 711 - sem desagregação	49
		Grupo 714 - sem desagregação	50
		Subclasse 74810	51
		Subclasse 74830	52
		Subclasse 93010 + Subclasse 18222	53
		Subclasse 93021	54
		Subclasse 93022	55
		Classe 9304 - sem desagregação	56
		Subclasse 93050	57
LAZER	5	Classe 9213 - sem desagregação	58
		Grupo 927 - sem desagregação	59

A tabela de actividades da CAE-Rev. 2 agrupadas para a análise sectorial dos estabelecimentos dos Centros Comerciais, é a seguinte:

Sector de actividade	Divisão	Grupo	Classe	Descrição
Comércio a retalho de produtos alimentares, bebidas e tabaco	52	521	5211	Comércio a retalho em estabelecimentos não especializados, com predominância de produtos alimentares, bebidas e tabaco
		522		Comércio a retalho de produtos alimentares, bebidas e tabaco em estabelecimentos especializados
Comércio a retalho de produtos têxteis, vestuário e calçado	52	524	5241	Comércio a retalho de têxteis
			5242	Comércio a retalho de vestuário
			5243	Comércio a retalho de calçado e artigos de couro
Comércio a retalho de produtos para a casa e para o lar	52	524	5244	Comércio a retalho de móveis, artigos de iluminação e outros artigos para o lar
			5245	Comércio a retalho de electrodomésticos, aparelhos de rádio e televisão, instrumentos musicais , discos e produtos similares
Restauração	55	553		Restaurantes
		554		Estabelecimentos de bebidas
		555		Cantinas e fornecimento de refeições ao domicílio

D. Nomenclatura das Unidades Territoriais

Para a codificação da localização das Unidades Comerciais de Dimensão Relevante (UCDR) e dos Centros Comerciais é utilizada a Nomenclatura das Unidades Territoriais para fins Estatísticos (NUTS), ao nível II, que divide Portugal em várias regiões, como se pode ver na figura que se segue:

NOMENCLATURA DAS UNIDADES TERRITORIAIS PARA FINS ESTATÍSTICOS (NUTS)

NUTS I	NUTS II	NUTS III / / Concelhos	NUTS I	NUTS II	NUTS III / / Concelhos
CONTINENTE	NORTE	MINHO-LIMA Arcos de Valdevez Caminha Melgaço Monção Paredes de Coura Ponte da Barca Ponte de Lima Valença Viana do Castelo Vila Nova de Cerveira CÁVADO Amares Barcelos Braga Esposende Terras de Bouro Vila Verde AVE Fafe Guimarães Póvoa de Lanhoso Santo Tirso Trofa Vieira do Minho Vila Nova Famalicão Vizela GRANDE PORTO Espinho Gondomar Maia Matosinhos Porto Póvoa de Varzim Valongo Vila do Conde Vila Nova de Gaia			TÂMEGA Amarante Baião Cabeceiras de Basto Castelo de Paiva Celorico de Basto Cinfães Felgueiras Lousada Marco de Canaveses Mondim de Basto Paços de Ferreira Paredes Penafiel Resende Ribeira de Pena ENTRE DOURO E VOUGA Arouca Feira Oliveira de Azeméis São João da Madeira Vale de Cambra DOURO Alijó Armamar Carrazeda de Ansiães Freixo de Espada à Cinta Lamego Mesão Frio Moimenta da Beira Penedono Peso da Régua Sabrosa Santa Marta de Penaguião São João da Pesqueira

NUTS I	NUTS II	NUTS III / / Concelhos
	CENTRO	DOURO (cont.) Sernancelhe Tabuaço Tarouca Torre de Moncorvo Vila Flor Vila Nova de Foz Côa Vila Real ALTO TRÁS-OS-MONTES Alfândega da Fé Boticas Bragança Chaves Macedo de Cavaleiros Miranda do Douro Mirandela Mogadouro Montalegre Murça Valpaços Vila Pouca de Aguiar Vimioso Vinhais BAIXO VOUGA Águeda Albergaria-a-Velha Anadia Aveiro Estarreja Ílhavo Mealhada Murtosa Oliveira do Bairro Ovar Sever do Vouga Vagos BAIXO MONDEGO Cantanhede Coimbra Condeixa-a-Nova Figueira da Foz Mira Montemor-o-Velho Penacova Soure PINHAL LITORAL Batalha Leiria

NUTS I	NUTS II	NUTS III / / Concelhos
		PINHAL LITORAL (cont.) Marinha Grande Pombal Porto de Mós PINHAL INTERIOR NORTE Alvaiázere Ansião Arganil Castanheira de Pêra Figueiró dos Vinhos Góis Lousã Miranda do Corvo Oliveira do Hospital Pampilhosa da Serra Pedrogão Grande Penela Tábua Vila Nova de Poiares DÃO-LAFÕES Aguiar da Beira Carregal do Sal Castro Daire Mangualde Mortágua Nelas Oliveira de Frades Penalva do Castelo Santa Comba Dão São Pedro do Sul Sátão Tondela Vila Nova de Paiva Viseu Vouzela PINHAL INTERIOR SUL Mação Oleiros Proença-a-Nova Sertã Vila de Rei SERRA DA ESTRELA Fornos de Algodres Gouveia Seia

NUTS I	NUTS II	NUTS III / / Concelhos	NUTS I	NUTS II	NUTS III / / Concelhos
		BEIRA INTERIOR NORTE Almeida Celorico da Beira Figueira de Castelo Rodrigo Guarda Manteigas Meda Pinhel Sabugal Trancoso BEIRA INTERIOR SUL Castelo Branco Idanha-a-Nova Penamacor Vila Velha de Ródão COVA DA BEIRA Belmonte Covilhã Fundão LISBOA E VALE DO TEJO OESTE Alcobaça Alenquer Arruda dos Vinhos Bombarral Cadaval Caldas da Rainha Lourinhã Mafra Nazaré Óbidos Peniche Sobral de Monte Agraço Torres Vedras GRANDE LISBOA Amadora Cascais Lisboa Loures Odivelas Oeiras Sintra Vila Franca de Xira			PENÍNSULA DE SETÚBAL Alcochete Almada Barreiro Moita Montijo Palmela Seixal Sesimbra Setúbal MÉDIO TEJO Abrantes Alcanena Constância Entroncamento Ferreira do Zêzere Ourém Sardoal Tomar Torres Novas Vila Nova da Barquinha LEZÍRIA DO TEJO Almeirim Alpiarça Azambuja Benavente Cartaxo Chamusca Coruche Golegã Rio Maior Salvaterra de Magos Santarém ALENTEJO ALENTEJO LITORAL Alcácer do Sal Grândola Odemira Santiago do Cacém Sines ALTO ALENTEJO Alter do Chão Arronches Avis Campo Maior Castelo de Vide Crato

NUTS I	NUTS II	NUTS III / / Concelhos
		ALTO ALENTEJO (cont.) Elvas Fronteira Marvão Monforte Mora Nisa Ponte de Sôr Portalegre Gavião ALENTEJO CENTRAL Alandroal Arraiolos Borba Estremoz Évora Montemor-o-Novo Mourão Portel Redondo Reguengos de Monsaraz Sousel Vendas Novas Viana do Alentejo Vila Viçosa BAIXO ALENTEJO Aljustrel Almodôvar Alvito Barrancos Beja Castro Verde Cuba

NUTS I	NUTS II	NUTS III / / Concelhos
		BAIXO ALENTEJO (cont.) Ferreira do Alentejo Mértola Moura Ourique Serpa Vidigueira ALGARVE ALGARVE Albufeira Alcoutim Aljezur Castro Marim Faro Lagoa Lagos Loulé Monchique Olhão Portimão São Brás de Alportel Silves Tavira Vila do Bispo Vila Real de Stº. António
REGIÃO AUTÓNOMA DOS AÇORES		
REGIÃO AUTÓNOMA DA MADEIRA		