



INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA
STATISTICS PORTUGAL

ISSN - 1646-2467

Serviços



tema

Estabelecimentos Comerciais

unidades de dimensão relevante

2007



Ano de edição 2009



FICHA TÉCNICA

Título

Estabelecimentos Comerciais 2007 - Unidades de Dimensão Relevante

Editor

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

Presidente do Conselho Directivo

Alda de Caetano Carvalho

Design, Composição e Impressão

Instituto Nacional de Estatística

ISSN 1646-2467

ISBN 978-972-673-993-7

Periodicidade Anual

O INE, I.P. na Internet

www.ine.pt



808 201 808

© INE, I.P., Lisboa · Portugal, 2009 *

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

NOTA INTRODUTÓRIA

A presente publicação divulga os principais resultados do Inquérito aos Estabelecimentos Comerciais – Unidades de Dimensão Relevante, relativos a 2007.

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

A legislação portuguesa que regula o licenciamento dos estabelecimentos comerciais foi entretanto sofrendo alterações ao longo do tempo, tendo introduzido o conceito de “Unidades Comerciais de Dimensão Relevante” (UCDR) com o DL n.º 218/97, de 20 de Agosto. Com este conceito passou a considerar-se, para efeitos de licenciamento, não só a área individual de cada estabelecimento, mas também a área acumulada dos estabelecimentos pertencentes a uma mesma empresa, ou grupo económico. Adicionalmente, para além dos estabelecimentos do comércio a retalho alimentar, passou a incidir também sobre os do retalho não alimentar, bem como sobre os estabelecimentos do comércio grossista. Nessa sequência, o inquérito em 2000 e em 2001 adoptou este conceito de UCDR, tendo contudo sido suspensa a sua realização com referência ao ano de 2002.

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

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

Janeiro 2009

INTRODUCTION

In this publication, Statistics Portugal disseminates the main statistical findings resulting from the “Trade Establishments Survey – Large-sized Commercial Units”, for the year 2007.

The “Trade Establishments Survey”, covering only Mainland establishments, started in 1993, surveying large food retail establishments with a total retail surface of 2 000 m² or more, and food retail establishments with a total retail surface of 1 000 m² or more, if situated within municipalities with less than 30 000 inhabitants (according to the law published on 26th April of 1995 - DL n. ° 83/95 of 26th April).

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

In 2005, Statistics Portugal decided to carry out the survey again. Although the legislation that introduced the definition of UCDR was no longer in place, the definition was kept, since remained valid for statistical purposes, in spite of changes in the legislation. The stability in terms of statistical time series as well as data not being conditioned by legislation changes are also considered as an advantage. We hope that, by doing so, statistical data may cover different dimensions of the same reality, thus meeting the users’ needs.

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

January 2009

SÍNTESE DE RESULTADOS

De acordo com o conceito de “Unidade Comercial de Dimensão Relevante” (UCDR), em 2007 foram identificados 2 439 estabelecimentos (+ 9,4% do que em 2006), dos quais 2 309 no comércio a retalho e 130 no comércio por grosso.

Dos estabelecimentos retalhistas existentes, 1 413 unidades (61,2%) dedicam-se ao retalho alimentar ou com predominância alimentar, enquanto os restantes 896 (38,8%) têm actividade no retalho não alimentar ou sem predominância alimentar.

Dos estabelecimentos observados, 47,6% entraram em funcionamento após o ano de 2000 e 47,9% abriram portas nos 10 anos anteriores; apenas 1,1% iniciou actividade antes de 1981.

O volume de negócios das UCDR atingiu cerca de 15 344 milhões de euros, sendo 99,1% relativo a vendas de mercadorias e o restante a prestação de serviços¹.

Quanto ao volume de vendas, 12,5% teve origem no comércio grossista e 87,5% no retalhista e, deste último, o retalho alimentar foi responsável por 72,1% das vendas.

Comparativamente a 2006, as vendas globais registaram um aumento de 8,2%, para o qual contribuiu em especial o retalho não alimentar, ao ter registado uma variação positiva nas vendas de 13,9%, tendo o alimentar crescido 7,7%.

A distribuição regional do volume de vendas realça o contributo de Lisboa (36,9%), do Norte (29,5%) e do Centro (20,3%), que no seu conjunto concentravam 86,7% do total e detinham 29,8%, 31,3% e 22,1% dos estabelecimentos, respectivamente.

As 1 413 unidades comerciais do retalho alimentar dinamizaram um volume de vendas de cerca de 9 598 milhões de euros, sendo as vendas por estabelecimento, em média, de 6,8 milhões de euros (6,9 milhões de euros em 2006).

No retalho não alimentar, os 896 estabelecimentos foram responsáveis por vendas de 3 717 milhões de euros, tendo sido as vendas médias anuais por estabelecimento de 4,1 milhões de euros (+4,5% face ao ano anterior).

Na actividade grossista cada estabelecimento vendeu, em média, o correspondente a 14,6 milhões de euros no ano de 2007.

O número de transacções ascendeu a 723,5 milhões, do que resultaram valores médios por transacção de 16, 30 e 145 euros¹ respectivamente para o retalho alimentar, o não alimentar e o comércio por grosso.

O número de pessoas ao serviço nas UCDR foi de 94 643, das quais 73,5% a trabalhar a tempo completo; as mulheres representaram 67,8% do total do pessoal. Do total de trabalhadores, 66,4% trabalhava no retalho alimentar e 27,2% no não alimentar, e 6,4% nas unidades grossistas. Face ao ano anterior, verificou-se um aumento de 13,7% nos trabalhadores das UCDR que, em particular no retalho não alimentar, chegou aos 16,5%.

As remunerações (brutas) auferidas pelos trabalhadores das UCDR totalizaram 890 milhões de euros, traduzindo um aumento de 10,7% face ao ano anterior. Em termos mensais, o comércio por grosso proporcionou melhor remuneração média (986 euros), seguindo-se o retalho não alimentar (754 euros) e por fim o alimentar (742 euros).

Os produtos de marca própria existiam em 59,3% dos estabelecimentos retalhistas alimentares e em 47,9% dos não alimentares, originando, respectivamente, 14,7 e 16,3% do volume de vendas dos respectivos sectores de actividade, e reflectiram acréscimos face ao ano anterior de 4,5 e 6,2 p.p., respectivamente.

Nas vendas efectuadas em 2007, os pagamentos em numerário registaram uma diminuição para 45,3% e 25,8% do total das vendas nos retalhistas alimentares e não alimentares (49,6% e 27,4% em 2006); no retalho alimentar a modalidade de pagamento principal foi o numerário, enquanto no retalho não alimentar o cartão de débito foi o preferido (41,4% das vendas totais).

Nas unidades comerciais com predominância alimentar, em 2007, os produtos alimentares, bebidas e tabaco representaram 69,4% nas vendas totais. Face ao total global, destacam-se: leite, seus derivados e ovos (13,3%); outros produtos incluindo arroz, massas, cereais e bolachas (17,7%); carne e produtos à base de carne (9,9%); bebidas alcoólicas ou não (9,3%); frutas e hortícolas (8,3%); peixe, crustáceos e moluscos (7,4%). Dentro dos produtos não alimentares salienta-se: cosmética e higiene (8,4%); outros - incluindo combustível (8,4%) e limpeza doméstica (4,3%).

No retalho não alimentar sobressaiu o vestuário (25,7%), mobiliário e equipamento para escritório, computadores e material óptico, fotográfico e de telecomunicações (16%), mobiliário e artigos para uso doméstico (10,6%), electrodomésticos (10,4%), bricolage (8,5%).

¹ Valores sem IVA

SUMMARY

In 2007 there were 2 439 mainland establishments under the concept of “Large-sized Commercial Units” (from now on referred to as UCDR), 9.4% more than in 2006, of which 2 309 were retail trade establishments and 130 were wholesale.

As far as retail establishments are concerned, 1 413 units (61.2%) were food retail or mainly food oriented establishments, while the remaining 896 (38.8%) were non-food retail or non-predominant food retail establishments.

Among the existing establishments, 47.6% started business after the year 2000, while 47.9% in the preceding 10 years and only 1.1% before 1981.

The turnover of these establishments reached 15 344 million euros, 99.1% of which from sales of goods; the remaining from rendered services².

Considering total sales, 12.5% of them were originated in wholesale trade and 87.5% in retail trade, of which food retail accounted for 72.1%.

When compared with 2006, global sales rose 8.2%, mainly due to non-food retail trade, which had a sales increase of 13.9%, with food retail trade rising 7.7%.

The regional distribution of the total sales highlights the predominance of Lisbon in the total (36.9%), followed by the North (29.5%) and the Centre (20.3%), representing together 86.7%, and holding, respectively, 29.8%, 31.3% and 22.1% of the total number of establishments.

The 1 413 food retail trade units reached 9 598 million euros of sales; per establishment, sales were, in average, 6.8 million euros (6.9 million euros in 2006).

In non-food retail trade, the 896 establishments reached a figure of 3 717 million euros in sales, representing an average of annual sales per establishment of 4.1 million euros (4.5% more than in the previous year).

In wholesale trade, each establishment had an average of 14.6 million euros in sales, in 2007.

The number of transactions reached 723.5 million, with a resulting average of 16, 30 and 145 euros² per transaction for food retail trade, non-food retail trade and wholesale trade, respectively.

The number of persons employed in all UCDR establishments reached 94 643, of which 73.5% were fulltime employees; of all, 67.8% were women. Of the total number of employees, 66.4% worked in food retail trade and 27.2% in non-food retail, while 6.4% in wholesale establishments. There was a rise of 13.7%, comparing with the year before, in the number of UCDR employees, namely in non-food retail trade where it reached 16.5%.

Gross salaries earned by persons employed in UCDR establishments reached 890 million euros, an increase of 10.7% comparing with the preceding year. Monthly, wholesale trade paid a higher average salary (986 euros), followed by non-food retail (754 euros) and by food retail (742 euros).

Sales of own brand products occurred in 59.3% of the food retail establishments and in 47.9% of the non-food retail establishments, originating, respectively, 14.7% and 16.3% of the sales of the respective activities and reflected increases comparing with the year before of 4.5 and 6.2 p. p., respectively.

In sales, during 2007, payments made in cash decreased to 45.3% and 25.8% of the total of sales made in food retail trade and non-food retail trade (49.6% and 27.4% in 2006); in food retail trade cash was the main mean of payment, while in non-food retail trade the debit card was mainly used (41.4% of the total sales).

In 2007, in food-predominant retail establishments, food products, beverages and tobacco weighted 69.4% in the total of sales. Also, from an overview of the total sales, some products came on top: milk, dairy products and eggs (13.3%), other food products including rice, pastry, cereals and biscuits (17.7%), meat and meat based products (9.9%), beverages (9.3%), fruit and vegetables (8.3%), fish, shellfish and mollusc (7.4%). From the non-food products, the following came on top: toilet and cosmetic products (8.4%), others – including fuel (8.4%) and household cleaning materials (4.3%).

In non-food retail trade, clothing came on top (25.7%), office furniture and equipment, computers and optical material, photographic and telecommunications products (16%), furniture and domestic articles (10.6%), household electrical appliances (10.4%) and bricolage (8.5%).

² VAT excluded

SIMBOLOGIA

SINAIS CONVENCIONAIS

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

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

SIGLAS E ABREVIATURAS

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

NOTA INTRODUTÓRIA	3
SÍNTESE DE RESULTADOS	5
SIMBOLOGIA	7
1 . ANÁLISE DE RESULTADOS	11
1.1 Resultados Globais	11
1.2 Análise sectorial	13
1.2.1 Comércio a retalho	13
1.2.1.1 Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar	15
1.2.1.1.1 Caracterização dos estabelecimentos	15
1.2.1.1.2 Volume de Vendas e outras variáveis relacionadas	17
1.2.1.2 Comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar	20
1.2.1.2.1 Caracterização dos estabelecimentos	20
1.2.1.2.2 Volume de Vendas e outras variáveis relacionadas	22
1.2.2 Comércio por grosso	24
1.2.2.1 Caracterização dos estabelecimentos	25
1.2.2.2 Volume de Vendas e outras variáveis relacionadas	26
2 . QUADROS DE RESULTADOS	31
3 . METODOLOGIA, CONCEITOS E NOMENCLATURAS	55
4 . INSTRUMENTO DE NOTAÇÃO	63



Análise de Resultados

1. ANÁLISE DE RESULTADOS

1.1 Resultados Globais

Em 2007 foram observados 2 439 estabelecimentos respeitando os critérios do conceito de “unidade comercial de dimensão relevante” (ver conceito no capítulo 3), o que se traduziu num acréscimo de 209 novas unidades face ao ano anterior, das quais 123 se dedicavam ao comércio a retalho com predominância alimentar³ e 74 ao retalho sem predominância alimentar⁴. O acréscimo global de 9,4% no número de unidades comerciais resultou de acréscimos semelhantes entre as diferentes actividades de comércio: 9,5% no retalho alimentar, 9% no retalho não alimentar e 10,2% no comércio por grosso.

Os novos estabelecimentos comerciais não trouxeram alterações significativas ao peso relativo do tipo de unidade comercial no contexto geral, mantendo-se a primazia dos estabelecimentos dedicados ao retalho alimentar (57,9%, 1 413 unidades), havendo semelhante proporção face ao ano anterior no retalho não alimentar (36,7%, 896) e no comércio por grosso (5,3%, 130).

Quadro I

UCDR - Principais resultados e alguns indicadores					
2007					
Variáveis/Indicadores	Unidade	Total (Continente)	Comércio a retalho		Comércio por grosso
			Alimentar ou com predominância alimentar	Não alimentar ou sem predominância alimentar	
Nº estabelecimentos	nº	2 439	1 413	896	130
Área de Exposição e Venda					
Total	m ²	3 039 265	1 661 843	936 748	440 674
Média	m ²	1 246	1 176	1 045	3 390
Nº de Pessoas ao Serviço					
Total	nº	94 643	62 842	25 729	6 072
Do qual:					
A tempo completo	nº	69 591	45 466	18 306	5 819
Do género feminino	nº	64 147	45 919	15 633	2 595
Média por estabelecimento	nº	39	44	29	47
Nº de horas abertos ao público					
Total	h	10 504 412	5 910 012	4 117 308	477 092
Média anual por estabelecimento (a)	h	4 307	4 183	4 595	3 670
Média diária por estabelecimento	h	12	12	13	10
Volume de Negócios (b)	10 ³ €	15 343 889	9 625 034	3 800 953	1 917 903
Volume de Vendas (b)					
Total	10 ³ €	15 210 635	9 598 483	3 717 246	1 894 906
Média por estabelecimento	10 ³ €	6 236	6 793	4 149	14 576
Média por m ² de AEV	€	5 005	5 776	3 968	4 300
Remunerações Ilíquidas					
Total	10 ³ €	889 901	566 824	241 921	81 157
Média anual por pessoa ao serviço (a)	€	10 627	10 383	10 550	13 802
Média mensal por pessoa ao serviço	€	759	742	754	986
Nº de transacções					
Total	nº	723 501 074	588 065 289	122 385 862	13 049 923
Média por estabelecimento	nº	296 638	416 182	136 591	100 384
Média por m ² de AEV	nº	238	354	131	30
Volume de Vendas Médio por transacção (b)	€	21	16	30	145

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

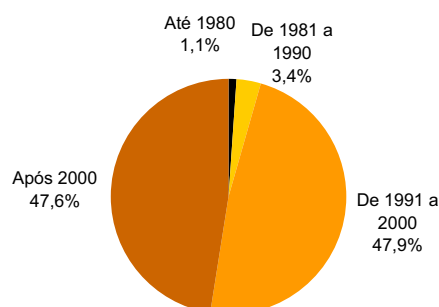
(b) Não inclui IVA

O sector em apreço tem vindo a registar uma forte renovação, bem patente no facto de 47,6% dos estabelecimentos (1 161) terem iniciado a sua actividade após o ano de 2000, enquanto que apenas 4,5% das unidades comerciais observadas (110) abriram as suas portas antes de 1991.

Para o total das unidades comerciais em análise observou-se um volume de negócios de 15 344 milhões de euros, repartindo-se este montante entre 99% na venda de mercadorias (15 211 milhões de euros) e 1% na prestação de serviços (133 milhões de euros)⁵.

Figura 1

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



³ Por simplificação de linguagem será adiante designado de comércio a retalho alimentar

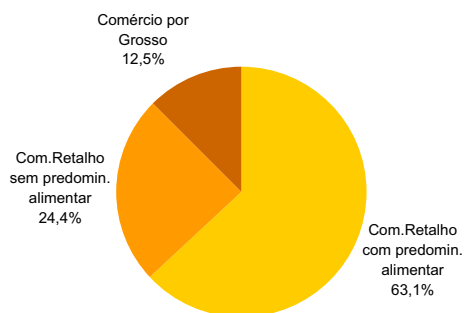
⁴ Por simplificação de linguagem será adiante designado de comércio a retalho não alimentar

⁵ Valores sem IVA

O volume de negócios global evidenciou um crescimento de 8,6% em 2007, semelhante ao já verificado no ano anterior. O retalho não alimentar destacou-se com um crescimento de 15,7%, abrandando o ritmo de crescimento acentuado que já se tinha verificado em 2006 (21,5%). O retalho alimentar manteve o mesmo andamento de 2006, crescendo o volume de negócios 7,8%, enquanto que o comércio por grosso estabilizou face ao ano anterior.

Figura 2

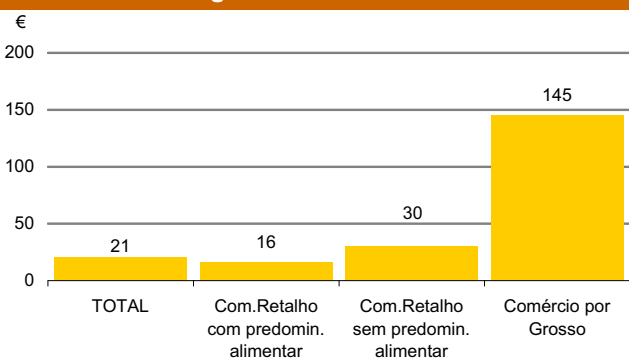
Unidades Comerciais de Dimensão Relevante - Distribuição do volume de vendas, segundo a actividade -



transacções corresponderam a cerca de 17% do total de transacções das unidades comerciais em análise. O retalho alimentar, como habitual, concentrou o maior número de transacções (588 milhões), ou seja, 81,3% do número total, tendo crescido 7,3% face a 2006.

Figura 3

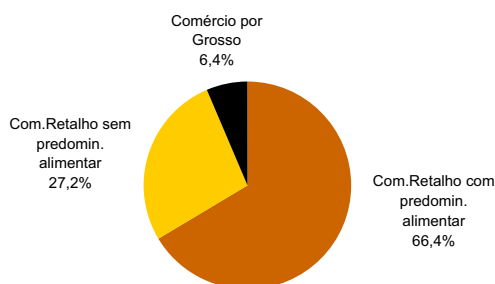
Unidades Comerciais de Dimensão Relevante - Volume de vendas médio por transacção, segundo a actividade -



retalho não alimentar empregou mais 16,5% de pessoal do que em 2006, passando a 27,2% do total do pessoal ao serviço nas UCDR. Pelo contrário, o comércio por grosso caiu para 6,4% de peso relativo ao empregar menos 2,4% de pessoas face a 2006.

Figura 4

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



O crescimento no volume de vendas no retalho não alimentar face ao ano anterior (+13,9%) resultou no aumento relativo da importância deste segmento no total do comércio, subindo de 23,2% para 24,4% em 2007, enquanto que o retalho alimentar perdeu 0,3 p.p. situando-se em 63,1% do total (já em 2006 tinha registado a perda de peso relativo, com -0,8 p.p.); o comércio por grosso perdeu também importância, descendo de 13,4% para 12,5% do total em 2007.

Em 2007 foram contabilizados 723,5 milhões de transacções, reflectindo um aumento de 8,6%, crescimento este acima dos +8,2% observados no volume de vendas. Este diferencial foi mais evidente no retalho não alimentar (17,1 versus 13,9%), cujas

transacções comerciais no retalho alimentar, tendo sido as mais numerosas, foram as que evidenciaram o valor médio mais baixo, 16 € (quando no retalho não alimentar aquela média foi de 30 €)⁶. Este facto é naturalmente decorrente da maior frequência na realização de compras por parte dos consumidores finais, maioritariamente os agregados familiares. Por oposição, o comércio por grosso, mais vocacionado para o cliente empresarial, registou um valor médio por transacção de 145 € (140 € em 2006)⁶.

O dinamismo revelado pelo sector em análise reflectiu-se num acréscimo de 13,7% no pessoal ao serviço, que ascendeu a um total 94 643 empregados. O comércio a retalho alimentar mantém-se como a actividade que regista maior volume de emprego (66,4% do total) registando um aumento de 14,4%; o

retalho não alimentar empregou mais 16,5% de pessoal do que em 2006, passando a 27,2% do total do pessoal ao serviço nas UCDR. Pelo contrário, o comércio por grosso caiu para 6,4% de peso relativo ao empregar menos 2,4% de pessoas face a 2006.

As mulheres representaram 67,8% do volume de emprego em 2007 (69,8% em 2006). A redução sentida na proporção de mulheres resultou essencialmente da evolução registada no retalho não alimentar, onde caiu de 66,2% para 60,8%, apesar de o seu número ter crescido nesta actividade de 14 619 para 15 633 em 2007. A presença de mulheres foi contudo mais forte no retalho alimentar (73,1%). Os trabalhadores masculinos predominam no comércio por grosso (57,3%).

⁶ Valores sem IVA

Em 2007, registou-se um aumento na importância relativa dos trabalhadores em regime de trabalho a tempo parcial (*part-time*). Com efeito, os 69 591 trabalhadores em regime de trabalho a tempo completo, apesar de reflectirem um aumento em 11,5% face a 2006, viram o seu peso relativo descer 1,5 p.p. face ao ano anterior, tal como já tinha sucedido em 2006 (-1,1 p.p.), em consequência principalmente da diminuição sentida no retalho não alimentar (de 73% para 71,1%), mas também de uma ligeira quebra no retalho alimentar (de 74,2% para 72,3%).

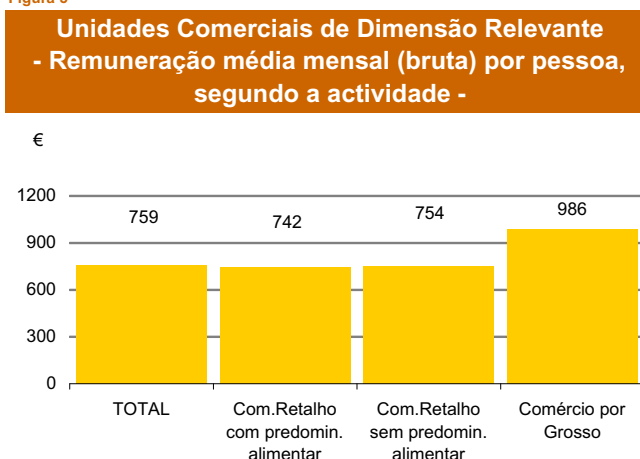
Como em anos anteriores, o trabalho a tempo parcial no comércio por grosso, ao contrário do retalho, teve reduzida expressão, tendo-se situado em 4,2%.

Tendo o pessoal ao serviço registado um crescimento de 13,7% e os estabelecimentos 9,4%, o número médio de pessoas ao serviço por estabelecimento subiu de 37 para 39, tendo sido de 43 para 44 no retalho alimentar e de 27 para 29 no não alimentar. Apenas o comércio por grosso contrariou esta tendência (passou de 53 para 47 pessoas em 2007).

O valor global das remunerações (brutas) aumentou 10,7%, atingindo 889,9 milhões de euros, traduzindo-se num valor médio mensal por trabalhador de 759 €, valor este que apenas cresceu 1,2% atendendo ao acréscimo mais expressivo de pessoal ao serviço (+13,7%).

Foi no comércio por grosso que as remunerações médias por trabalhador foram mais elevadas (986 €, +6,1% do que em 2006). O retalho não alimentar proporcionou remunerações ligeiramente melhores do que o alimentar (754 e 742 €, respectivamente).

Figura 5



1.2 Análise sectorial

1.2.1 – Comércio a retalho

Em 2007, observaram-se 2 309 unidades comerciais de dimensão relevante destinadas ao comércio a retalho (+9,3% face a 2006). Foi também assinalável o crescimento no volume de negócios e em particular na venda de mercadorias (+9,9 e + 9,4%, respectivamente, chegando a 13 426 e 13 316 milhões de euros). A diferença entre estas rubricas reside na prestação de serviços, que se cifrou em 0,8% do volume de negócios do comércio a retalho e em apenas 0,3% no caso concreto do retalho alimentar.

Dos estabelecimentos retalhistas, 61,2% dedicam-se ao retalho alimentar, correspondendo a 1 413, tendo sido responsáveis por 72,1% do volume de vendas da totalidade do retalho. O volume de vendas da globalidade do retalho teve um incremento de 9,4% face ao ano anterior, resultante de +7,7% no retalho alimentar e +13,9% no não alimentar.

No retalho não alimentar o valor médio das transacções atinge quase o dobro do alimentar (30 e 16 € respectivamente)⁷, dado o perfil de produtos vendidos, muitos deles de valor superior e consequente ritmo de compra menor (como é o caso do vestuário, electrodomésticos, mobiliário, ...).

Atendendo à área de exposição e venda (AEV) dos estabelecimentos de comércio a retalho, sobressai o escalão com valores compreendidos entre 400 e 999 m², onde se encontram 555 unidades comerciais de retalho alimentar de um total de 1 413 (39,3% deste total). Aqui incluem-se muitos supermercados de bairro bem como diversas lojas correntemente denominadas *hard discount*⁸. Os estabelecimentos deste escalão foram responsáveis por 24,7% do volume de vendas de retalho alimentar; todavia, enquanto que em 2006 dispunham da maior fatia do volume de vendas (26,5%) quando comparados com os dos outros escalões, em 2007 cederam a posição dominante ao escalão de AEV seguinte, ou seja, de 1 000 a 1 999 m² (27,9%).

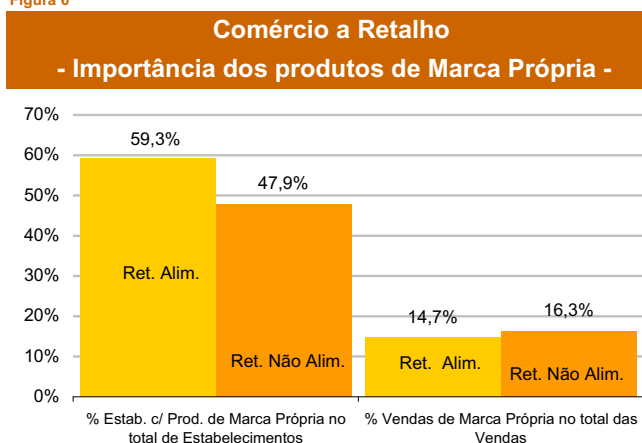
⁷ Valores sem IVA

⁸ *Hard discount* consiste num conceito comercial assente numa prática de preços abaixo da média, estabelecimentos de pequena/média dimensão e oferta de produtos pouco diversificada.

No comércio a retalho não alimentar verificou-se uma maior incidência do número de estabelecimentos no escalão de AEV até 399 m² (354 unidades, 39,5%), onde se enquadram diversas lojas de vestuário, artigos desportivos, produtos eléctricos e electrónicos, artigos para lazer e cultura, entre outros. Contudo, a maior parcela de volume de vendas (36,6%) esteve concentrada nas unidades inseridas no escalão de AEV entre 1 000 e 1 999 m², onde se situam lojas também com os produtos já mencionados, e ainda outras dedicadas aos artigos para o lar, bricolage e mobiliário, entre outros, normalmente com preços de valor unitário mais elevado, razão pela qual o valor médio por transacção neste escalão foi de 30 € (e 17 € no 1º escalão)⁹.

As marcas próprias no retalho alimentar têm revelado grande adesão por parte do consumidor, verificando-se em todas as regiões do Continente um número crescente de estabelecimentos com esta prática (+15,6%), tendo totalizado 838 unidades em 2007 (59,3%) quando em 2006 eram apenas 725 (56,2%). Na região de Lisboa a presença desta prática comercial foi observada em 74% dos estabelecimentos em análise.

Figura 6

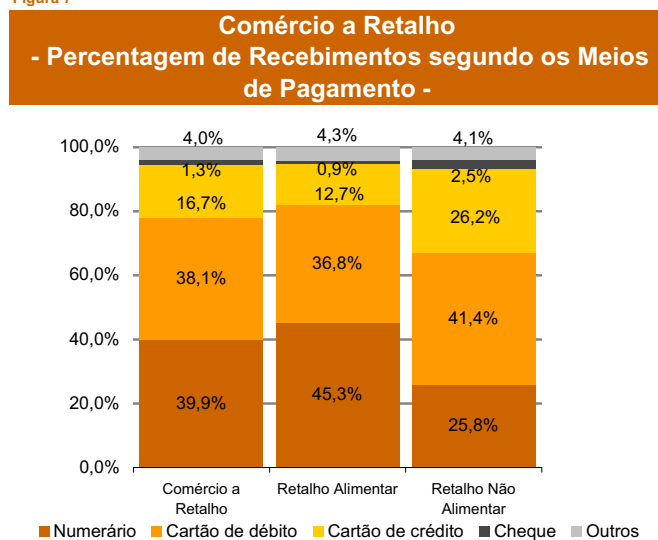


Também no retalho não alimentar se observou como a marca própria tem conquistado adesão, igualmente em expansão em todas as regiões e presente em 429 unidades (47,9% do total de estabelecimentos).

Em termos de volume de vendas em 2007, as marcas próprias no retalho alimentar foram responsáveis por 14,7% das vendas globais (10,2% em 2006) e por 20,6% das vendas (14,9% em 2006) quando contabilizados apenas os estabelecimentos com esta prática. No retalho não alimentar foi também significativa a importância dos produtos de marca própria, ao captar 16,3% das vendas globais e de 31,6% das vendas das unidades comerciais aderentes.

Em 2007 assistiu-se a uma significativa perda de importância relativa dos pagamentos em numerário, que decresceram de 43,7% para 39,9%, por contrapartida do uso de cartões bancários, tendo os de débito subido de 36,4% para 38,1% e os de crédito de 13,1% para 16,7%.

Figura 7



No retalho alimentar, 45,3% das vendas foram pagas em numerário, caindo este meio de pagamento para 25,8% no retalho não alimentar. Enquanto que no retalho alimentar verificou-se maior utilização em 2007, comparativamente a 2006, tanto do cartão de débito como do de crédito (aumentos de 10,4 e 5,8%, respectivamente), no retalho não alimentar o cartão de débito aparenta estar a ceder importância para o de crédito, tendo o primeiro sido utilizado em menos 7,7% das vendas e o segundo em mais 62,1%. No retalho não alimentar verificou-se a particularidade de as vendas pagas em numerário terem ficado em 3º lugar no ranking dos meios utilizados, situação resultante principalmente das opções dos consumidores da região de Lisboa, que pagaram 71,7% do valor das suas compras nestas unidades comerciais com cartão de crédito ou de débito.

No que toca o pessoal ao serviço das unidades retalhistas em 2007, constatou-se um crescimento de 15% em comparação com o ano anterior, com 88 571 pessoas empregadas neste segmento, 71% das quais inseridas no comércio a retalho alimentar.

O regime de trabalho a tempo parcial aplicou-se a 27,7% dos trabalhadores do retalho alimentar e a 28,9% do não alimentar.

Apesar do sexo feminino ter tido presença predominante nas unidades de retalho (69,5%), face a 2006 viu reduzida a sua importância em 2,5 p.p.; é no retalho alimentar que a preponderância das mulheres mais se fez sentir, com 73,1%.

A remuneração (bruta) média mensal foi mais modesta no comércio a retalho alimentar (742 €), a que não é alheio o perfil dos grandes supermercados/hipermercados, com mão-de-obra numerosa, na sua maioria sem formação superior. Este valor, ainda assim, reduziu-se face a 2006 (era 759 €). O retalho não alimentar proporcionou uma remuneração média mensal (bruta) de 754 €.

⁹ Valores sem IVA

Horas de abertura ao público

Os estabelecimentos do comércio a retalho não alimentar mantiveram as suas portas abertas ao público, em média, 4 595 horas por ano, tendo o retalho alimentar ficado aquém com 4 183 horas/ano. Estes valores traduziram-se em médias diárias de 13 e 12 horas, respectivamente.

No retalho alimentar, 92,9% dos estabelecimentos tinham hora de abertura até às 9 horas, sendo que 80,2% optou por encerrar portas não depois das 21 horas (considerando os dias da semana de 2ª a 5ª feira). Pelo contrário, no retalho não alimentar, 54,9% dos estabelecimentos abriram portas já depois das 9 horas e 82,4% encerrava depois das 21 horas. Esta situação relaciona-se também com o facto da proporção de unidades não alimentares situadas em centros comerciais (75,3%) ser bastante superior à das unidades alimentares (24,4%), sendo de assinalar a notável relevância dos centros comerciais para a localização das UCDR não alimentares.

Nos estabelecimentos de retalho alimentar tem vindo a aumentar a proporção daqueles que se localizam em centros comerciais: 282 em 2006 e 345 em 2007 (correspondendo a 24,4% do total dos estabelecimentos do retalho alimentar).

Tem sido evidente a preocupação em facultar espaço para estacionamento tanto nas superfícies de retalho alimentar (64,4% do total, + 16,5% face a 2006), como nas de retalho não alimentar (71,5%, +11,3%).

A utilização de leitura óptica nas caixas de saída dos estabelecimentos é uma prática generalizada em todo este sector, sendo escassas as excepções.

1.2.1.1 – Comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar

1.2.1.1.1– Caracterização dos estabelecimentos

Distribuição geográfica

Em 2007, os 1 413 estabelecimentos do comércio a retalho alimentar distribuíram-se pelo Continente da seguinte forma: 31% em Lisboa (31,7% em 2006), 29,7% no Norte (28,4% em 2006), 20,7% no Centro (21,3% em 2006), 10% no Algarve (10,1% em 2006) e no Alentejo 8,7% (8,4% em 2006), tendo sido no Norte que se verificou a maior expansão no conjunto destes estabelecimentos (+ 14,2%).

No seu total, a AEV destas unidades comerciais atingiu cerca de 1,7 milhões m², traduzindo-se num acréscimo de 13,7% face ao ano anterior. A região do Norte manteve-se como detentora de maior extensão de AEV (537 mil m², 32,3%), seguindo-se Lisboa (488 mil m², 29,4%) e o Centro (381 mil m², 22,9%). Na generalidade, a AEV média por estabelecimento, no Continente, tem crescido nos últimos anos: 1 114 m² em 2005, 1 133 m² em 2006 e 1 176 m² em 2007.

Face ao ano anterior, manteve-se a concentração de unidades comerciais de retalho alimentar nos escalões de AEV abaixo de 1 000 m² mas de forma menos marcante, tendo esta proporção caído de 70,1% para 66,3% em 2007.

A existência no Norte de unidades de retalho alimentar com a mais extensa AEV (32,3%) está em consonância com o facto desta região ser a que acolhe a maior fatia da população: 37%. Contudo, o maior volume de vendas tem sido registado na região de Lisboa (33,6%) apesar da menor proporção de população (27,7%). No Algarve manteve-se o mais elevado valor do rácio vendas/população (1 520 €, quando a média nacional foi 948 €), a que não é alheio o facto de se tratar de uma região com a mais elevada concentração de residências secundárias, bem como com um elevado número de turistas.

Figura 8

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

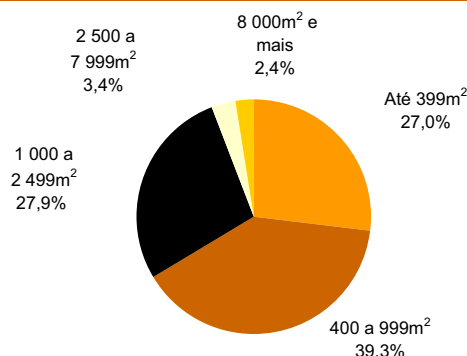
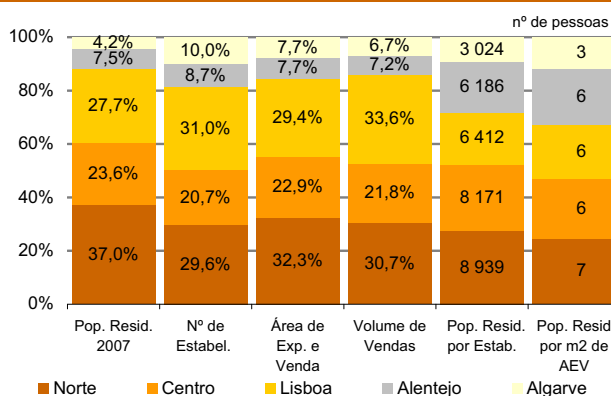


Figura 9

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

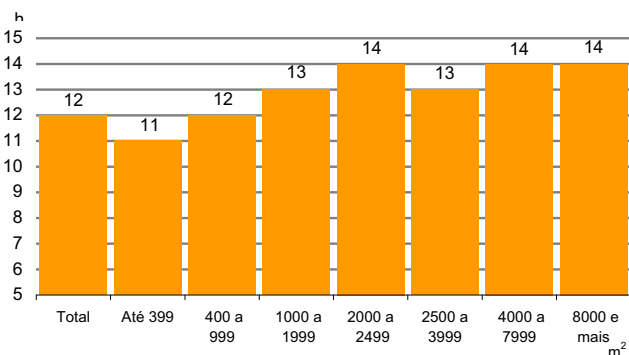


Horas de abertura ao público

Em 2007, os estabelecimentos de retalho alimentar registaram um número médio de horas de abertura ao público de 4 183, ou seja, 48 horas a mais face ao valor de 2006 (4 135), que por sua vez já havia suplantado a média de 2005 em 47 horas.

Figura 10

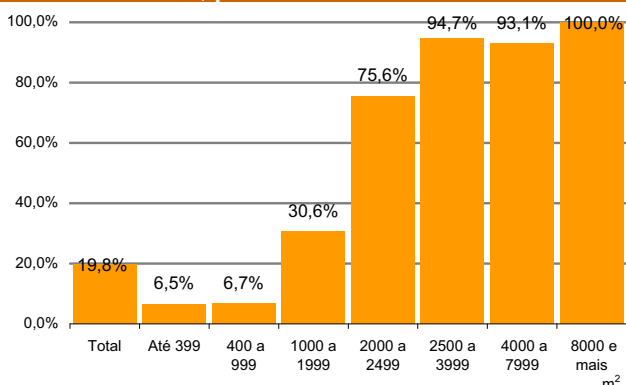
Comércio a Retalho com predominância alimentar - Nº médio diário de horas de abertura ao público (a), segundo escalões de AEV -



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

Figura 11

Comércio a Retalho com predominância alimentar - Estabelecimentos (%) que encerram depois das 21h, por escalões de AEV -

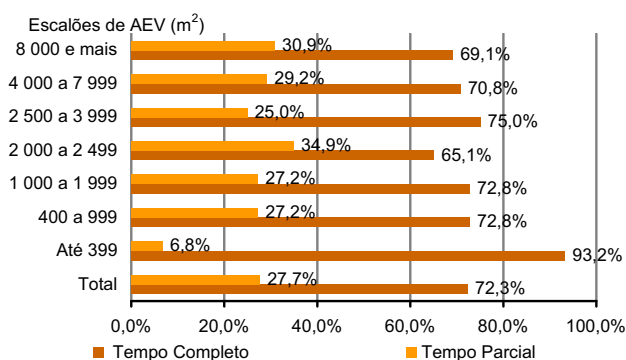


Pessoal ao serviço e remunerações

Na actividade do retalho alimentar encontravam-se empregadas 62 842 pessoas (+14,4% do que 2006), das quais 45 919 eram mulheres (73,1%, tendo sido 74,4% em 2006).

Figura 12

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



É visível a tendência crescente nas horas de abertura ao público ao longo da semana. Em cada dia útil, entre 2ª e 5ª feira, cada estabelecimento esteve aberto, em média, 611 horas ao longo de todo o ano, subindo este total para 613 horas nas 6ª feiras e atingindo as 615 horas totais anuais para os sábados, reduzindo-se as horas ao domingo para 512. Esta redução de horas de sábado para domingo foi verificada em todos os escalões de AEV; sendo este diferencial mais acentuado nos escalões acima dos 2 000 m² dadas as restrições legais de abertura desses estabelecimentos aos domingos e feriados, excepto na temporada do Natal.

Considerando o funcionamento de 2ª a 5ª feira¹⁰, os estabelecimentos em análise estiveram abertos em média 12 horas por dia, tal como no ano anterior, variando entre 11 horas para os do escalão de AEV até 399 m² e 14 horas em diversos escalões, nomeadamente nos mais elevados.

Relativamente ao horário de abertura de portas, verifica-se que a larga maioria dos estabelecimentos abria portas até às 9 horas inclusivé, o que acontecia em todos os escalões de AEV. Quanto ao horário de encerramento, os estabelecimentos com área inferior a 2 000 m² fechavam maioritariamente até às 21 horas, enquanto que os de dimensão superior prolongavam a sua abertura ao público para além das 21 horas, encerrando mais tardiamente.

A exemplo de anos anteriores, observa-se uma correlação positiva entre a dimensão dos estabelecimentos e o número médio de pessoas ao serviço. Com efeito, no 1º escalão de AEV (até 399 m²) apuraram-se em média 7 trabalhadores por estabelecimento (tal como em 2006), uma média de 90 pessoas no escalão intermédio de 2 000 a 2 499 m² (97 no ano anterior) e, por fim, no último escalão (8 000 m² e mais) registou-se uma média de 382 trabalhadores (375 em 2006).

O aumento global de 14,4% no pessoal ao serviço nesta actividade reflectiu-se na subida do número médio de pessoas ao serviço, por estabelecimento, de 43 para 44 (já em 2006 esta média tinha subido uma unidade).

¹⁰ Considerou-se nesta análise o horário de segunda a quinta-feira, dado serem os dias da semana em que os horários de funcionamento são mais directamente comparáveis para a globalidade das unidades.

Verificou-se uma ligeira diminuição na proporção de pessoas ao serviço a tempo completo, que eram 73% em 2006 e 72,3% em 2007. A incidência do trabalho a tempo parcial (27,7%) foi mais expressiva nos escalões 2 000 - 2 499 m² (34,9%) e 8 000 m² e mais (30,9%) e nos restantes escalões a partir de 400 m² esteve sempre acima dos 25%; contudo, nas unidades de menor dimensão (até 399 m²) a percentagem dos que trabalharam a tempo parcial foi de apenas 6,8%.

Quanto às remunerações (brutas), o crescimento registado em 2007 ficou aquém do verificado no pessoal (+11,4%, face a +14,4% no número de empregados). Os cerca de 567 milhões de euros para este efeito proporcionaram aos 62 842 trabalhadores uma remuneração média mensal (bruta)¹¹ de 742 €, o que reflectiu uma evolução negativa de 2,2%, face a 2006.

Entre as diferentes regiões do país verificou-se um diferencial máximo de 63 euros: entre o valor médio do Algarve (773 €) e o do Alentejo (710 €). Em todas as regiões foi sentida a diminuição na remuneração média mensal por pessoa ao serviço (de -1,2% no Norte até -4,2% no Alentejo). Contudo, deve existir algum cuidado na interpretação deste indicador, já que a remuneração média pode ser influenciada por diferentes factores, entre os quais: eventuais horas extraordinárias realizadas ou não; regime de trabalho a tempo completo ou parcial; data de início da actividade dos novos trabalhadores contratados; etc.

Tal como nos anos anteriores, as remunerações médias mensais foram mais reduzidas no escalão de AEV onde houve maior incidência de trabalho a tempo parcial (2 000 – 2 499 m²), ou seja, 657 €, valor que reflectiu um acréscimo de 4,3% face a 2006. O valor máximo foi observado no escalão 4 000 – 7 999 m², 799 €, que traduziu uma variação de +7,2% comparando com o ano anterior.

Figura 13

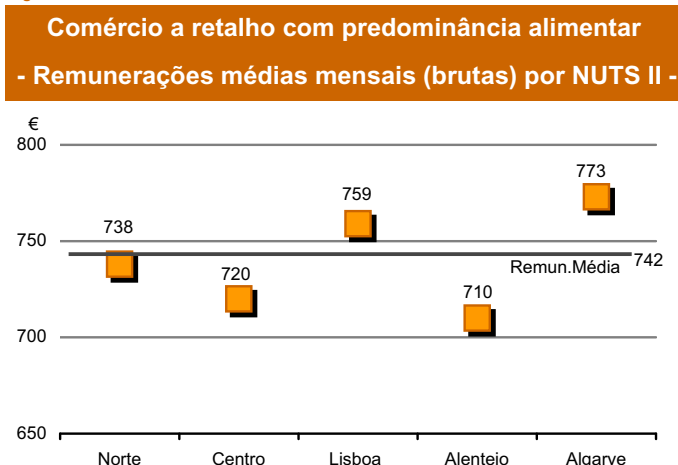
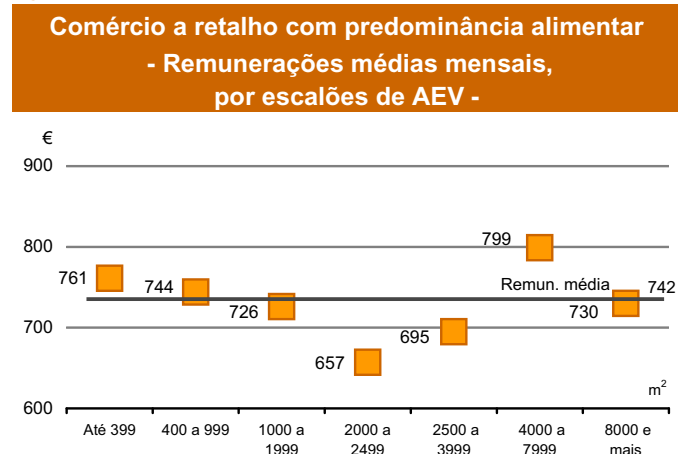


Figura 14



1.2.1.1.2 – Volume de vendas e outras variáveis relacionadas

Volume de vendas

O volume de vendas dos estabelecimentos em análise ascendeu a 9 598 milhões de euros, reflectindo um acréscimo de 7,7% face a 2006 (que já tinha igualmente crescido 7,7% face a 2005).

O volume de vendas médio por estabelecimento situou-se em 6,8 milhões de euros, -1,7% do registado no ano anterior, em consequência do acréscimo do número de estabelecimentos (+9,5%) ter sido superior ao do volume de vendas (+7,7%), não só porque muitas das novas unidades laboraram apenas parte do ano mas também devido à forte concorrência no sector e a maturidade atingida nesta actividade.

Na origem do volume de vendas estiveram 588 milhões de transacções, verificando-se um valor médio por transacção de 16 €, similar ao apurado nos dois anos anteriores¹².

¹¹ A remuneração média mensal corresponde à remuneração anual bruta por trabalhador dividida por 14 meses

¹² Valores sem IVA

Figura 15

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

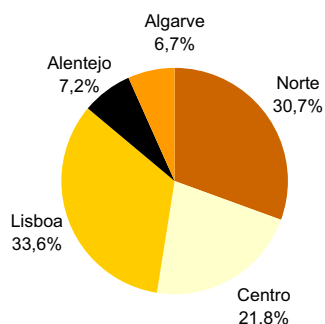
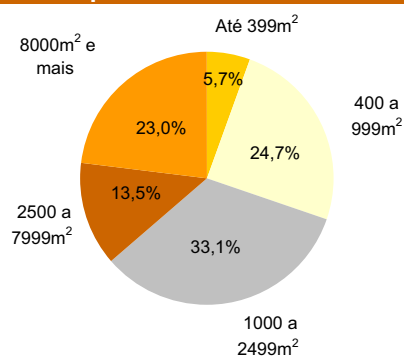


Figura 16

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



De acordo com a distribuição regional do volume de vendas e tal como já se tinha verificado na repartição das unidades comerciais, Lisboa e Norte revelaram valores destacadamente superiores, (3 221 e 2 943 milhões de euros, respectivamente) e com uma representatividade de 33,6 e 30,7%, respectivamente. A região Centro surge depois mas com um peso relativo 8,9 p.p. abaixo do Norte.

Observando a repartição do volume de vendas de acordo com os escalões de AEV, destacam-se as unidades com menos de 2 500 m², que, representando 94,2% no número total, apenas contribuíram com 63,5% para o volume de vendas, situação similar à verificada em 2006. Os 2,4% estabelecimentos que detinham AEV com 8 000 ou mais m² foram responsáveis por 23% do volume de vendas do retalho alimentar.

Deste modo, o volume de vendas médio por estabelecimento apresenta-se crescente quando aumenta a AEV dos mesmos, sendo o valor médio do escalão mais elevado superior ao do escalão mais baixo em 45 vezes.

Quadro II

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

2007

Escalões de AEV	Volume de Vendas médio por estabelecimento (a) €	Volume de Vendas médio por m ² de AEV (a) €	Número médio de transacções por estabelecimento nº	Volume de Vendas médio por transacção (a) €
Total (Continente)	6 792 982	5 776	416 182	16
Até 399 m ²	1 427 888	6 161	198 434	7
De 400 a 999 m ²	4 276 427	5 569	327 810	13
De 1 000 a 1 999 m ²	7 574 971	5 288	490 593	15
De 2 000 a 2 499 m ²	12 336 774	5 807	673 937	18
De 2 500 a 3 999 m ²	21 497 974	6 619	900 289	24
De 4 000 a 7 999 m ²	30 535 605	5 588	1 194 921	26
8 000 m ² e mais	64 877 830	6 602	2 287 052	28

(a) - Não inclui IVA.

Volume de Vendas por Categoria de Produtos

As vendas de produtos alimentares, bebidas e tabaco atingiram os 6 661 milhões de euros, traduzindo-se em 69,4% do total de vendas do retalho alimentar.

Dado que as UCDR de dimensão mais reduzida apresentam menos oferta de produtos de outras categorias não relacionadas com alimentação, os de natureza alimentar evidenciam especial preponderância, atingindo 82,7% no escalão até 399 m² e diminuindo sucessivamente à medida que aumenta a escala das unidades comerciais, obtendo o mínimo no escalão 2 500 – 3 999 m² (54,5%), oscilando ligeiramente nos dois escalões do topo.

Dentro dos produtos alimentares destacam-se: o leite, seus derivados e ovos (13,3% das vendas globais, mais 1,4 p.p. do que em 2006); outros produtos – onde se incluem arroz, massas, cereais e bolachas (17,7%, -2,3 p.p.); carne e produtos à base de carne (9,9%, +0,5 p.p.); bebidas alcoólicas ou não (9,3%, -0,1 p.p.); frutos e hortícolas (8,3%, +0,5 p.p.) e; o peixe, crustáceos e moluscos (7,4%, +0,1 p.p.). Note-se que as variações sentidas de ano para ano em termos de valores de vendas tanto reflectem alterações nas quantidades vendidas como oscilações nos preços de venda ao público.

Os produtos não alimentares originaram vendas de 2 938 milhões de euros nas unidades retalhistas com predominância alimentar, correspondendo assim a 30,6% no volume de vendas global (30,9% em 2006). De entre estes produtos, sobressaíram: os produtos de higiene pessoal (8,4% das vendas globais); os outros produtos – onde se inclui o combustível também vendido por estas unidades comerciais (8,4%); produtos de limpeza de uso doméstico (4,3%) e; ainda o mobiliário e outros artigos de uso doméstico (2,8%).

Produtos de marca própria

A opção comercial de dispor de marca própria foi adoptada em 59,3% dos estabelecimentos com predominância alimentar (56,2% em 2006), sobressaindo, por um lado as unidades comerciais do escalão de AEV mais baixo (72,8%) onde se incluem muitos estabelecimentos com estratégias de preço mínimo, e, por outro lado, as unidades comerciais dos dois escalões de AEV de topo (96,6% e 100%).

Os produtos de marca própria foram responsáveis por vendas na ordem de 1 413 milhões de euros, que atingiram, por um lado, 20,6% das vendas dos estabelecimentos com produtos desta natureza, e, por outro lado, chegaram a 14,7% da globalidade das unidades comerciais do comércio a retalho alimentar, revelando um acréscimo no interesse por estes produtos, cuja proporção no total em 2006 era de 10,2%.

As regiões de Lisboa e do Norte mantêm as maiores proporções de vendas de produtos de marca própria no total das vendas (17,6% e 15,4%, respectivamente), com acréscimos face ao ano anterior de 5,4 e 4,6 p.p. Seguiram-se as regiões do Centro e do Algarve, que revelaram expressão destes produtos nas suas vendas muito próximas (11,8 e 11,7%).

Figura 17

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

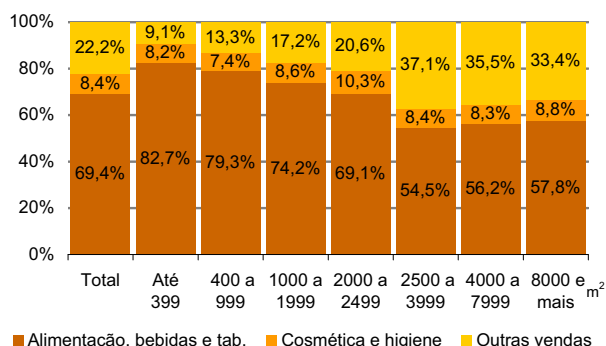


Figura 18

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

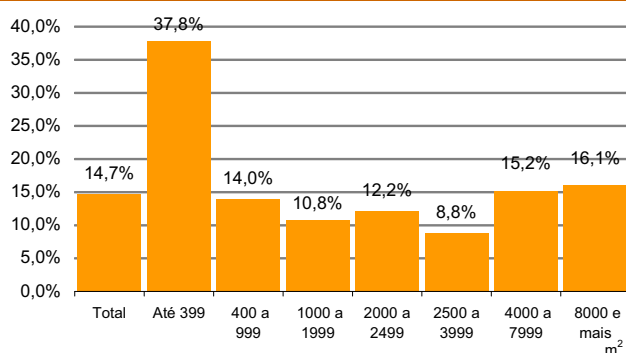
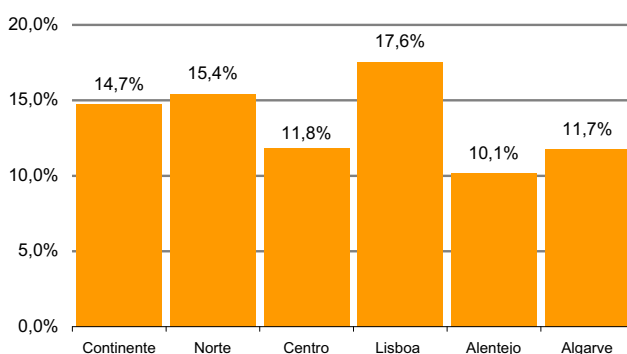


Figura 19

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

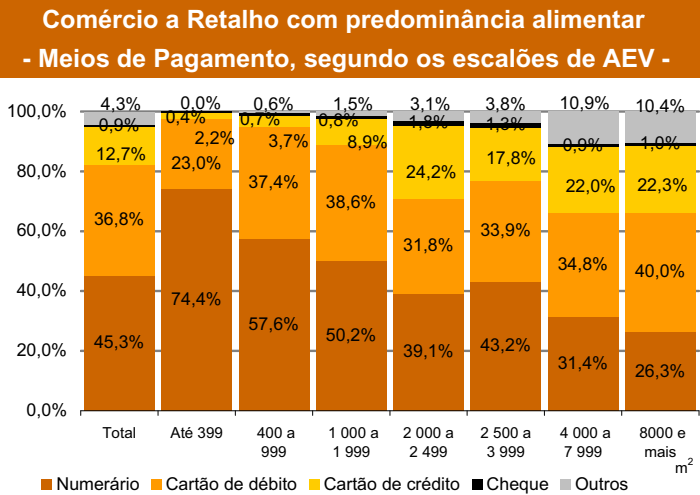


Meios de pagamento (no valor das vendas)

No retalho alimentar, o pagamento em numerário subsiste como a opção de pagamento mais importante (45,3%), embora tenha perdido 4,3 p.p. face a 2006.

Em crescimento está o cartão de débito, tendo evoluído de 33,3% em 2006 para 36,8% em 2007.

Figura 20



Enquanto que o pagamento com numerário foi preferido nas unidades comerciais de menor dimensão (74,4% no escalão até 399 m², por exemplo), nas grandes UCDR já só abrangeu 26,3% das vendas, visto que nestas unidades os cartões bancários foram os mais usados, especialmente os de débito (40% no escalão máximo de AEV).

O cheque, apenas usado em 0,9% do valor das vendas, foi de utilização muito reduzida nas unidades comerciais mais reduzidas (até 399 m²), ficando pelos 0,4%.

Os outros meios de pagamento, onde se incluem os cartões do distribuidor ou cartões de acumulação de valores de descontos ou ofertas, evoluíram favoravelmente de 4% para 4,3%, sendo muito expressivos nas UCDR de maior dimensão, nomeadamente nas dos dois escalões de AEV superiores (10,9% e 10,4%).

No Algarve os pagamentos em numerário atingiram 51,9% do volume de vendas, quando este meio, em Lisboa, se reduziu a 41%. O cartão de débito, que no Algarve correspondeu aos pagamentos de 30,3% das vendas, foi de utilização mais relevante nas restantes regiões do Continente, atingindo 39,6% em Lisboa.

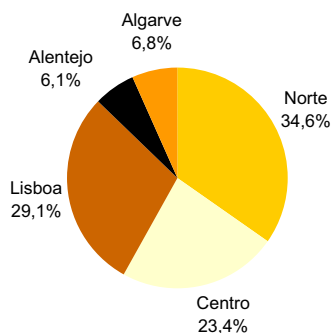
1.2.1.2 Comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar

1.2.1.2.1 – Caracterização dos estabelecimentos

De acordo com os resultados obtidos, em 2007 estavam em actividade 896 estabelecimentos de comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar. O aumento de 9% (+74 unidades) vem no seguimento do incremento já verificado em 2006, que foi de 13,1% (+95 unidades).

Figura 21

Comércio a retalho sem predominância alimentar
- Distribuição do nº de estabelecimentos, por NUTS II -



O Norte mantém-se como a região onde se concentra o maior número de unidades comerciais não alimentares (310, 34,6% do total), e ainda assim verificou um crescimento de 12,3% em 2007. Lisboa foi a segunda região com mais UCDR desta tipologia (261 - 29,1% do total), tendo mantido estável o seu número de unidades. O Centro, com 210 estabelecimentos (23,4% do total), registou um assinalável aumento de 20,7%. O Alentejo e o Algarve juntos totalizaram 115 UCDR (12,8%).

A AEV relativa ao retalho não alimentar totalizou 936 748 m², correspondendo assim a uma AEV média por estabelecimento de 1 045 m², superior à de 2006 em 4,5%. Na região de Lisboa estava situada 37,3% da AEV do Continente, logo seguida pelo Norte com 34,4%.

Tal como no retalho alimentar, observou-se também no não alimentar uma elevada proporção de estabelecimentos com AEV até 1 999 m² (90,8%), onde se incluem muitos estabelecimentos dedicados ao vestuário, entre outros.

Figura 22

Comércio a retalho sem predominância alimentar - Distribuição do nº de estabelecimentos, por escalões de AEV -

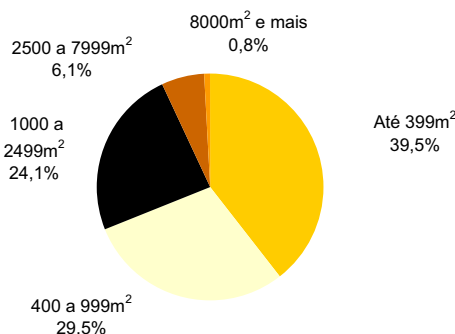
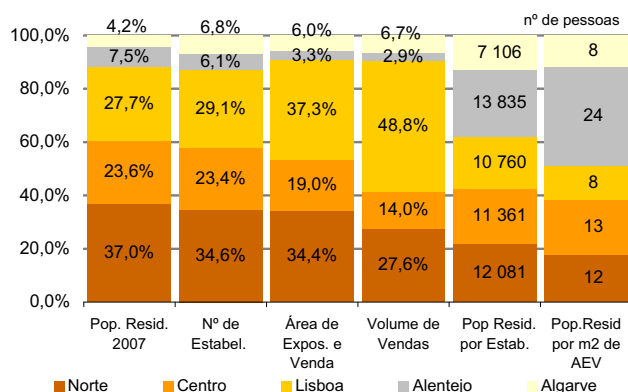


Figura 23

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



Apurando o rácio volume de vendas/indivíduo residente nas diversas regiões, destaca-se Lisboa pelo elevado resultado (645 €, versus 367 € no Continente). Outro rácio apurado - proporção de indivíduos por m² de AEV – revelou um resultado baixo em Lisboa e no Algarve (ambos com 8), dada a existência de numerosas e extensas superfícies comerciais nestas regiões face à população residente, estando as UCDR do Algarve, pensadas não só para a população local mas também para responder às necessidades geradas pelos fluxos de pessoas não residentes, onde se inclui o turismo.

Horas de abertura ao público

Em 2007 os estabelecimentos do retalho não alimentar estiveram abertos ao público, em média, 4 595 horas considerando o horário de funcionamento entre 2^a e 5^a feira. Houve assim um ligeiro aumento de 1,5% face às 4 527 horas apuradas em 2006.

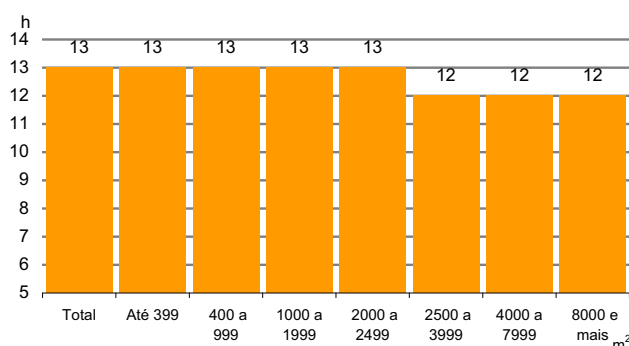
Em termos diários observa-se uma média de 13 horas de abertura ao público. É de assinalar o equilíbrio desta variável, cujo resultado se repete entre diversos escalões de AEV, apesar de se verificarem horários diversos entre as unidades comerciais.

No que se refere à hora de abertura ao público¹³, 54,9% das unidades comerciais abriram depois das 9 horas. Esta tendência para a abertura tardia foi mais intensa nos escalões extremos de AEV (até 399 m²: 69,2%; 8 000 m² e mais: 85,7%), não havendo um padrão específico para os vários escalões intermédios.

A hora de encerramento ocorreu depois das 21 horas em 82,4% das unidades comerciais não alimentares.

Figura 24

Comércio a retalho sem predominância alimentar - Nº médio diário de horas de abertura ao público (a), por escalões de AEV -



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

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

Pessoal ao serviço e remunerações

Figura 25

Comércio a retalho sem predominância alimentar - Repartição do nº de pessoas ao serviço, segundo a duração do trabalho, por NUTS II -

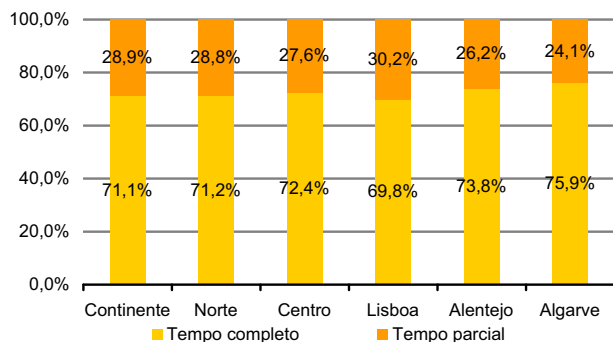


Figura 26

Comércio a retalho sem predominância alimentar - Remunerações médias mensais (brutas), por escalões de AEV -

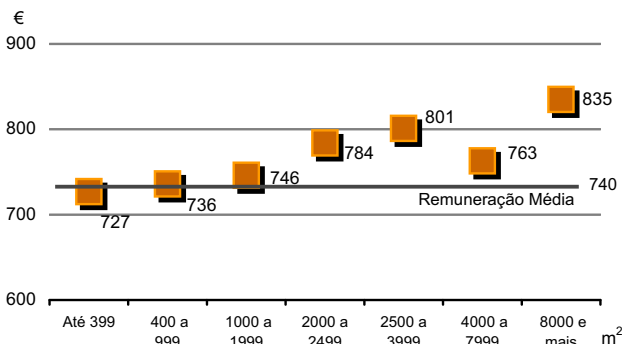
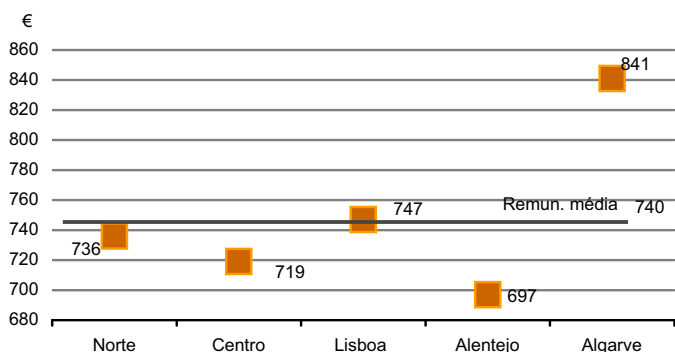


Figura 27

Comércio a retalho sem predominância alimentar - Remunerações médias mensais (brutas), por NUTS II -



Em 2007 as UCDR do segmento não alimentar empregaram 25 729 pessoas, das quais 60,8% eram mulheres, que se traduziu numa diminuição da sua importância relativa em 5,4 p.p., face a 2006.

Nestas unidades comerciais apurou-se ainda que 71,1% do pessoal ao serviço trabalhava a tempo completo, o que significa que 28,9% do pessoal estava sujeito ao regime de trabalho a tempo parcial, que em 2007 vê a sua importância relativa aumentada em 3,1 p.p. Em 2007 o trabalho a tempo parcial foi mais relevante na região de Lisboa (30,2%).

Em 2007, o valor das remunerações (brutas) ascendeu a 242 milhões €, ao qual correspondeu uma remuneração média mensal¹⁴ de 740 € (710 € em 2006).

A remuneração média mensal mais baixa foi observada no 1º escalão de AEV (727 €), notando-se um aumento deste valor à medida que aumenta a dimensão dos estabelecimentos comerciais (com excepção do penúltimo escalão), verificando-se a máxima remuneração média mensal nas UCDR com AEV superior a 7 999 m² (835 €).

O Algarve manteve-se na liderança ao registar a remuneração média mensal mais elevada (841 €), valor este que se situa 101 € acima da média nacional. Em oposição, no vizinho Alentejo registou-se a remuneração média mensal mais baixa: 697 € (tinha sido 690 € em 2006).

1.2.1.2.2 – Volume de vendas e outras variáveis relacionadas

Volume de vendas

O volume de vendas gerado pelas UCDR do retalho não alimentar foi de 3 717 milhões de euros, revelando um crescimento de 13,9% face a 2006, que já tinha registado um crescimento acentuado (+21,4%). Este facto está relacionado com o aumento de 9% no número de estabelecimentos, em parte resultante da expansão da rede comercial de diversos grupos económicos também envolvidos no retalho alimentar.

Deste modo, a média de vendas por estabelecimento evidenciou crescimento mais moderado (+4,5%), ficando em 4,15 milhões de euros.

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

O volume de vendas foi resultado de 122,4 milhões de transacções, a que correspondeu um valor médio por transacção de 30 €, que tinha sido de 31 € em 2006¹⁵. Este valor médio oscilou entre 26 € no Alentejo e 32 € nas regiões de Lisboa e Algarve, tendo registado menos variabilidade do que em 2006.

Na distribuição regional do volume de vendas observou-se a concentração na região de Lisboa, com 48,8% (50% em 2006). Seguiram-se o Norte (27,6%), o Centro (14%), o Algarve (6,7%) e por fim o Alentejo (2,9%). O elevado contributo de Lisboa e Norte para o volume de vendas do sector no Continente (76,4%) não se tinha revelado tão incisivo no retalho alimentar, o qual foi de 64,2%.

A análise da distribuição do volume de vendas por escalões de AEV permite constatar a importância do escalão intermédio 1 000 - 2 499 m², onde se enquadraram 216 estabelecimentos (24,1% do total) e tendo sido responsável por 40,1% do volume de vendas do retalho não alimentar. Também é de notar a importância dos estabelecimentos do escalão máximo de AEV, onde se situaram apenas 7 unidades comerciais (0,8%), tendo estas apresentado um volume de vendas que ascendeu a 17,7% do total no retalho não alimentar.

Constata-se uma concentração do volume de vendas gerado nas unidades de maior dimensão por oposição às numerosas unidades de menor dimensão (até 999 m²). Estas representavam 69% do total de unidades sem predominância alimentar e geraram apenas 27,1% do volume de vendas desta área de actividade.

A AEV dos estabelecimentos de retalho não alimentar atingiu os 937 mil m² (+14%), apurando-se uma área média por unidade comercial de 1 045 m². Esta variável registou na região Norte a sua maior variação face ao ano anterior (+14,1%), seguida de Lisboa (+6,1%).

Quadro III

UCDR - Nº de transacções e Vendas médias em estabelecimentos de Comércio a retalho sem predominância alimentar, por escalões de AEV

2007

Escalões de AEV	Volume de Vendas médio por estabelecimento (a) €	Volume de Vendas médio por m ² de AEV (a) €	Nº médio de transacções por estabelecimento nº	Volume de Vendas médio por transacção (a) €
Total (Continente)	4 148 712	3 968	136 591	30
Até 399 m ²	1 310 682	5 318	76 353	17
De 400 a 999 m ²	2 051 510	3 520	74 236	28
De 1 000 a 1 999 m ²	6 940 289	4 698	230 489	30
De 2 000 a 2 499 m ²	6 414 790	2 942	169 224	38
De 2 500 a 3 999 m ²	8 067 431	2 443	151 307	53
De 4 000 a 7 999 m ²	15 651 844	2 891	333 966	47
8 000 m ² e mais	94 002 017	4 474	2 279 113	41

(a) - Não inclui IVA.

De acordo com os resultados apurados, os estabelecimentos com dimensão entre 2 500 e 3 999 m² registam o maior volume de vendas médio por transacção de 53 € (foi 49 € em 2006)¹⁵. O valor médio das transacções neste segmento é bastante superior ao das UCDR com predominância alimentar e está directamente relacionado com o tipo de bens predominantemente vendidos nos estabelecimentos, que são do tipo mais diverso, como artigos de jardinagem, papelaria, vestuário, bricolage, móveis, electrodomésticos, etc.

¹⁵ Valores sem IVA

Figura 28

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

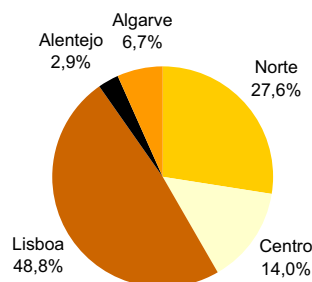
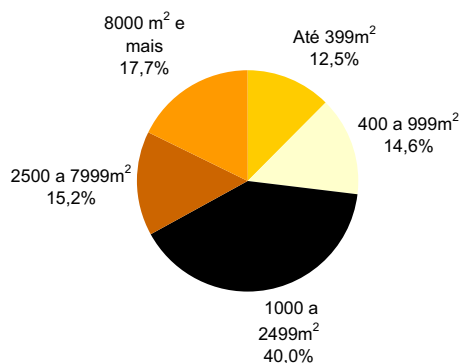


Figura 29

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

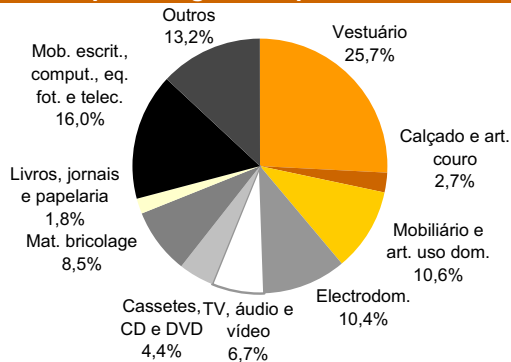


Volume de vendas por categoria de produtos

Quanto à estrutura do volume de vendas por categoria de produtos, o vestuário mantém a sua posição de relevo, passando de um peso relativo de 25,2% em 2006 para 25,7% em 2007, seguindo-se o mobiliário e equipamento para escritório, computadores, material óptico, fotográfico e de telecomunicações, tendo esta rubrica representado 16% (foi 15,6% no ano anterior).

Figura 30

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



O volume de vendas dos produtos de cosmética, higiene, limpeza e farmacêuticos registaram um crescimento de 21,9%, a que não é alheio o facto de se ter verificado uma expansão na actividade comercial relacionada com a parafarmácia e cuidados pessoais. Na bricolage verificou-se também um aumento de 19,3%, bem como nos aparelhos de TV, áudio e vídeo (+18,1%), o que estará relacionado com a expansão dos estabelecimentos comerciais especializados nesta área.

O vestuário representou 66,7% das vendas dos estabelecimentos até 399 m², o qual já em 2006 detinha um peso muito expressivo neste escalão (65,4%).

No escalão de 2 000 e mais m² assume particular importância o mobiliário e outros artigos para uso doméstico (24,8% do total) seguindo-se a bricolage (19,3%).

No caso do vestuário, a sua destacada importância foi transversal a todas as regiões do Continente, tendo registado proporções entre 23,9% no Centro e 29,2% no Norte. A mesma situação ocorreu com o mobiliário e equipamento para escritório, computadores, material óptico, fotográfico e de telecomunicações, revelando uma importância relativa que variou de 15,3% em Lisboa e 22% no Alentejo.

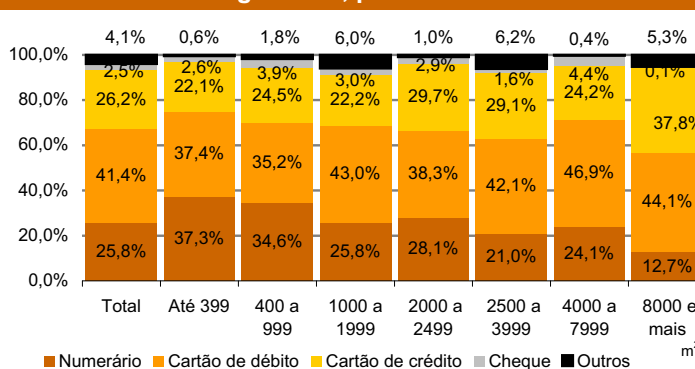
Produtos de marca própria

Do total de estabelecimentos no retalho não alimentar, 47,9% dispunham de produtos de marca própria, o que compara com 41% em 2006. Estes produtos trouxeram um contributo de 31,6% ao volume de vendas dos estabelecimentos que os comercializavam. Os produtos de marca própria representaram 16,3% no total das vendas na actividade.

Meios de pagamento (no valor das vendas)

Figura 31

Comércio a retalho sem predominância alimentar - Meios de Pagamento, por escalões de AEV -



Nas unidades comerciais em análise, prevaleceu a utilização do cartão de débito como meio de pagamento dominante (41,4%), tendo o cartão de crédito ultrapassado o numerário em termos de valor de vendas (respectivamente 26,2% e 25,8%). O numerário foi ainda bastante utilizado nas unidades comerciais até 399 m² (37,3%), enquanto, por outro lado, o cartão de crédito foi especialmente importante nos estabelecimentos com 8 000 e mais m² (37,8%).

1.2.2 Comércio por grosso

A actividade de comércio por grosso é dirigida especialmente a empresas, retalhistas ou não. Contudo, algumas UCDR grossistas fazem chegar os seus produtos também ao consumidor final, trabalhando nestas duas vertentes.

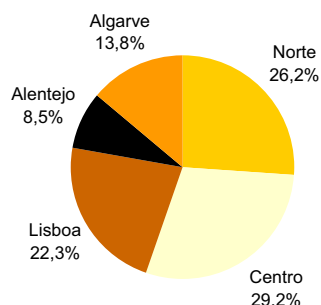
Os estabelecimentos comerciais aqui em análise são apenas aqueles que são abrangidos pelo conceito de unidade comercial de dimensão relevante, ou seja, respeitando os valores mínimos de área de exposição e venda (ver conceito no capítulo 3).

1.2.2.1 Caracterização dos estabelecimentos

Em 2007 foram identificados 130 estabelecimentos exercendo a actividade de comércio por grosso de acordo com as condições acima descritas, o que se traduziu em mais 12 unidades face ao ano anterior. A região Centro concentra o maior número de unidades deste tipo – 38 – tendo também registado o maior acréscimo face a 2006 – mais 7 estabelecimentos, beneficiando assim a distribuição dos produtos no território nacional, face à condição geográfica centralizada. Nas regiões Norte e de Lisboa observaram-se 34 e 29 estabelecimentos, respectivamente (mais 4 e 1 unidades), mantendo-se estável a situação no Alentejo e Algarve.

Figura 32

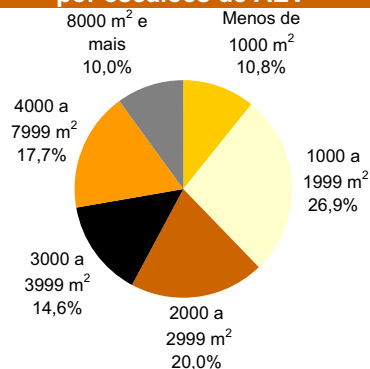
Comércio por grosso - Distribuição do número de estabelecimentos, por NUTS II -



Apesar da AEV dos estabelecimentos grossistas ter crescido de um total de 417 para 441 mil m², constatou-se a diminuição da área média por estabelecimento de 3 532 para 3 390 m².

Figura 33

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



A actividade grossista tem revelado a necessidade de AEV bastante superior à do retalho, observando-se perto de metade das unidades (49,2%) com áreas a partir de 2500 m², enquanto que estas dimensões se aplicam apenas a 6,2% dos estabelecimentos do comércio a retalho. O escalão de AEV compreendido entre 1 000 e 1 999 m² foi também muito expressivo (26,9% do total) no comércio por grosso.

Pessoal ao serviço e remunerações

O aumento no número de unidades comerciais não gerou aumento do emprego neste sector, já que o número total de pessoas ao serviço nas unidades em análise diminuiu 2,4% face ao ano anterior, situando-se em 6 072 pessoas, das quais 2 595 eram mulheres (42,7%).

A diminuição do número de pessoas ao serviço e a consequente diminuição do número médio de trabalhadores por estabelecimento de 53 para 47, reflectiu-se em particular no pessoal a tempo parcial (-10,3%) apesar de este só representar 4,2% do total de trabalhadores. Mais de metade do pessoal ao serviço (56,5%) trabalhava nos 36 estabelecimentos dos escalões mais altos de AEV (4 000 e mais m²), que eram apenas 27,7% do número total de estabelecimentos em 2007.

Figura 34

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

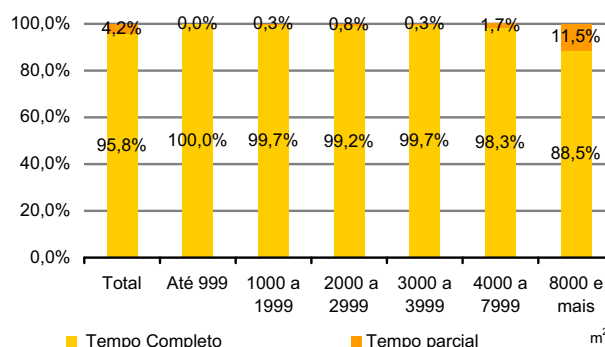
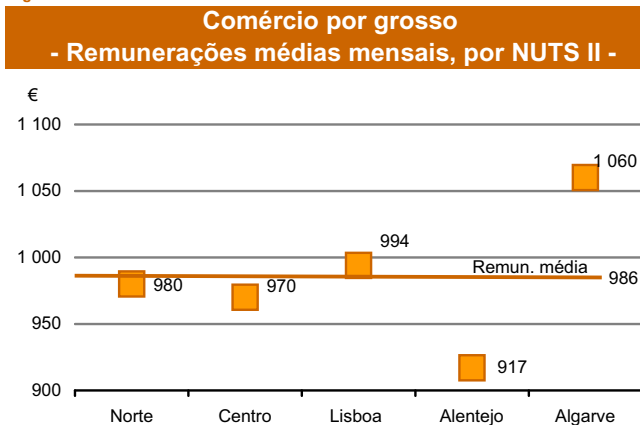


Figura 35



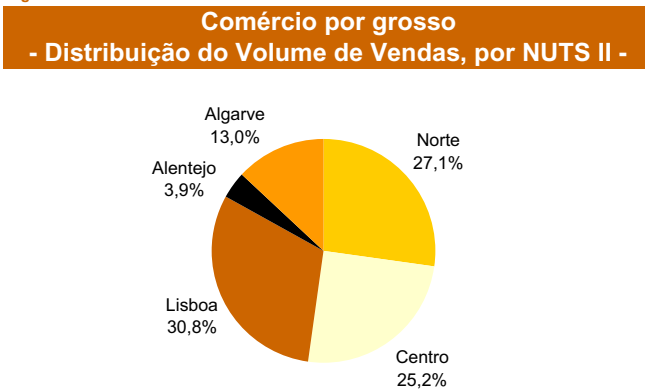
Os montantes globais destinados a remunerações (brutas) cresceram 2,2%, resultante tanto do funcionamento das unidades já estabelecidas como das iniciadas em 2007. Atendendo à redução de pessoal a trabalhar no sector, apurou-se uma remuneração (bruta) média mensal por pessoa ao serviço¹⁶ que beneficiou de um acréscimo de 6,1% face a 2006, fixando-se em 986 €.

Já em 2006 se tinha observado o rendimento médio mensal mais elevado nas regiões do Algarve e Lisboa, tendência esta que se manteve em 2007, respectivamente com 1 060 e 994 €.

1.2.2.2 Volume de Vendas e outras variáveis relacionadas

Volume de Vendas

Figura 36



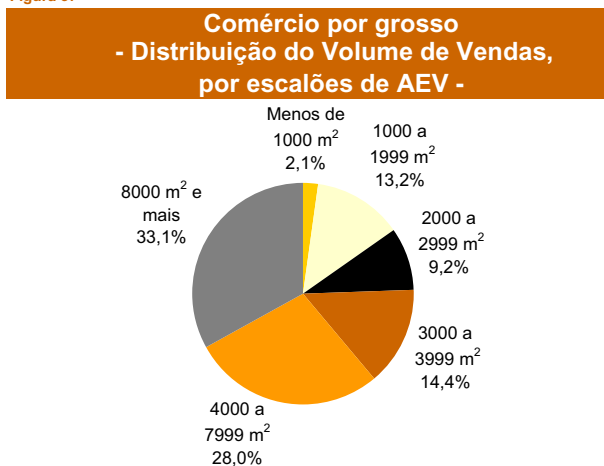
O volume de vendas anual reportado pelas empresas do comércio por grosso situou-se em 1 895 milhões de euros, valor este que traduziu variação, face a 2006, de 0,4%. Para este valor contribuiu um conjunto global de 13 milhões de transacções (-3,3% face ao ano anterior), tendo por consequência um crescimento de 3,6% no cálculo das vendas médias por transacção, que evoluíram de 140 para 145 € em 2007¹⁶. Para cada estabelecimento apurou-se uma média de 100 384 transacções em 2007.

Foi nas regiões de Lisboa e Norte que se verificaram os volumes de vendas globais mais significativos, respectivamente 583,2 e 513,7 milhões de euros (+1,8 e -2,9 % face a 2006). As transacções ocorridas nos estabelecimentos do Alentejo e Algarve geraram

um volume de vendas que foi apenas 17% do global; contudo, foi no Algarve que se assistiu ao maior crescimento das vendas (+5,3%), chegando aos 246 milhões de euros em 2007.

Os estabelecimentos com AEV a partir de 4 000 m², ou seja, 27,7% do total, geraram 61,1% do volume de vendas global em 2007 (60,9% em 2006). Por outro lado, 84,7% das vendas resultaram da actividade das unidades a partir de 2 000 m².

Figura 37



Relativamente ao valor médio por transacção (volume de vendas médio por transacção), situado em 145 € para a generalidade dos estabelecimentos, não se verifica uma relação directa com a dimensão da AEV média, havendo antes grande dispersão de valores entre escalões de AEV: de 68 € (2 000 a 2 999 m²) a 219 € (4 000 a 7 999 m²)¹⁶, o que poderá estar eventualmente relacionado com a diversidade de produtos comercializados e a sua predominância maior ou menor em cada escalão de AEV.

¹⁶ Valores sem IVA

Volume de vendas por categorias de produto

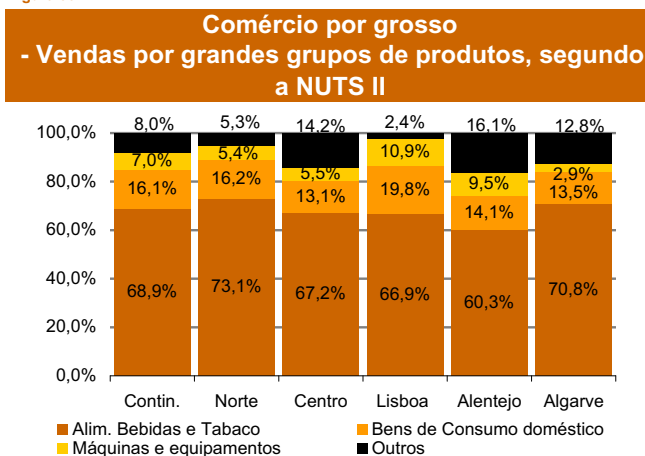
Nos estabelecimentos observados em 2007, os produtos alimentares, bebidas e tabaco foram responsáveis por 68,9% das vendas (69,5% em 2006), correspondendo a 1 305 milhões de euros, enquanto que os bens de consumo doméstico geraram 16,1% das vendas (17,0% em 2006), ou seja, 305 milhões de euros.

O conjunto de outros bens - não alimentares e não para consumo doméstico (máquinas, ferramentas, materiais de construção, consumíveis para empresas, ...) – representou 15% do total (13,5% em 2006), tendo a sua venda sido mais expressiva nas unidades até 1 999 m² (56,6% do total das vendas neste escalão), enquanto os produtos alimentares, bebidas e tabaco tiveram a sua maior relevância nas unidades de 3 000 a 3 999 m² (81,2%).

Os bens de consumo doméstico excepto alimentação (electrodomésticos, louças, produtos de higiene e limpeza, ...) foram especialmente relevantes nas unidades com 8 000 ou mais m² de AEV (20,5%).

Tal como no ano anterior, entre os produtos alimentares, bebidas e tabaco foram as bebidas (alcoólicas ou não) que mais se evidenciaram (18,6% do total global, 18,2% em 2006), enquanto os outros produtos (peixe, arroz, cereais, bolachas, ...) foram responsáveis por 15% do total, seguidos de leite e derivados, ovos e gorduras alimentares com 12,8%.

Figura 38



A diminuição verificada no peso relativo dos bens de consumo doméstico (-0,9 p.p.) foi também sentida em termos de valor (de 320 milhões de euros em 2006 para 305 milhões em 2007). Neste conjunto, os produtos que se salientaram, tal como em 2006, foram a cutelaria, louça, vidros e produtos de limpeza (5,7%, cerca de 109 milhões de euros).



Quadros de Resultados

2.1 - RESULTADOS GLOBAIS

Quadro 1

UCDR - Principais indicadores					
2007					
Variáveis/Indicadores	Unidade	Total (Continente)	Comércio a retalho		Comércio por grosso
			Alimentar ou com predominância alimentar	Não alimentar ou sem predominância alimentar	
Nº de estabelecimentos	nº	2 439	1 413	896	130
Área de Exposição e Venda					
Total	m ²	3 039 265	1 661 843	936 748	440 674
Média	m ²	1 246	1 176	1 045	3 390
Nº de Pessoas ao Serviço					
Total	nº	94 643	62 842	25 729	6 072
Do qual:					
A tempo completo	nº	69 591	45 466	18 306	5 819
Do género feminino	nº	64 147	45 919	15 633	2 595
Média por estabelecimento	nº	39	44	29	47
Nº de horas abertos ao público					
Total	h	10 504 412	5 910 012	4 117 308	477 092
Média anual por estabelecimento (a)	h	4 307	4 183	4 595	3 670
Média diária por estabelecimento	h	12	12	13	10
Volume de Negócios (b)	10 ³ €	15 343 889	9 625 034	3 800 953	1 917 903
Volume de Vendas (b)					
Total	10 ³ €	15 210 635	9 598 483	3 717 246	1 894 906
Média por estabelecimento	10 ³ €	6 236	6 793	4 149	14 576
Média por m ² de AEV	€	5 005	5 776	3 968	4 300
Remunerações Iliquidas					
Total	10 ³ €	889 901	566 824	241 921	81 157
Média anual por pessoa ao serviço (a)	€	10 627	10 383	10 550	13 802
Média mensal por pessoa ao serviço	€	759	742	754	986
Nº de transacções					
Total	nº	723 501 074	588 065 289	122 385 862	13 049 923
Média por estabelecimento	nº	296 638	416 182	136 591	100 384
Média por m ² de AEV	nº	238	354	131	30
Volume de Vendas Médio por transacção (b)	€	21	16	30	145

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

(b) Não inclui IVA

Quadro 2

UCDR - Número de estabelecimentos, segundo a actividade, por NUTS II				
2007				
NUTS II	Total	Comércio a retalho		Comércio por grosso
		Alimentar ou com predominância alimentar	Não alimentar ou sem predominância alimentar	
Total (Continente)	2 439	1 413	896	130
Norte	763	419	310	34
Centro	540	292	210	38
Lisboa	728	438	261	29
Alentejo	189	123	55	11
Algarve	219	141	60	18

Quadro 3

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

2007

Unidade: 10³ €

NUTS II	Total	Comércio a retalho		Comércio por grosso
		Alimentar ou com predominância alimentar	Não alimentar ou sem predominância alimentar	
		Total (Continente)	15 210 635	
Norte	4 483 958	2 942 988	1 027 292	513 678
Centro	3 092 514	2 094 181	520 238	478 095
Lisboa	5 617 305	3 221 359	1 812 778	583 167
Alentejo	872 595	691 684	106 952	73 958
Algarve	1 144 264	648 270	249 986	246 007

Quadro 4

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

2007

Unidade: N°

NUTS II	Total	Comércio a retalho		Comércio por grosso
		Alimentar ou com predominância alimentar	Não alimentar ou sem predominância alimentar	
		Total (Continente)	94 643	
Norte	29 051	19 255	8 104	1 692
Centro	19 470	13 739	4 235	1 496
Lisboa	33 202	20 319	11 034	1 849
Alentejo	5 959	4 926	775	258
Algarve	6 961	4 603	1 581	777

Quadro 5

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

2007

Escalões de AEV	Total (Continente)		Comércio a retalho				Comércio por Grosso	
			Alimentar ou com predominância alimentar		Não alimentar ou sem predominância alimentar			
	n°	%	n°	%	n°	%	n°	%
Total (Continente)	2 439	100,0%	1 413	100,0%	896	100,0%	130	100,0%
Até 399 m ²	745	30,5%	382	27,0%	354	39,5%	9	6,9%
De 400 a 999 m ²	824	33,8%	555	39,3%	264	29,5%	5	3,8%
De 1 000 a 1 999 m ²	584	23,9%	353	25,0%	196	21,9%	35	26,9%
De 2 000 a 2 499 m ²	78	3,2%	41	2,9%	20	2,2%	17	13,1%
De 2 500 a 3 999 m ²	86	3,5%	19	1,3%	39	4,4%	28	21,5%
De 4 000 a 7 999 m ²	68	2,8%	29	2,1%	16	1,8%	23	17,7%
8 000 m ² e mais	54	2,2%	34	2,4%	7	0,8%	13	10,0%

Quadro 6

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

2007

Escalões de AEV	Total (Continente)		Comércio a retalho				Comércio por Grosso	
			Alimentar ou com predominância alimentar		Não alimentar ou sem predominância alimentar			
	10 ³ €	%	10 ³ €	%	10 ³ €	%	10 ³ €	%
Total (Continente)	15 210 635	100,0%	9 598 483	100,0%	3 717 246	100,0%	1 894 906	100,0%
Até 399 m ²	1 026 831	6,8%	545 453	5,7%	463 981	12,5%	17 396	0,9%
De 400 a 999 m ²	2 938 184	19,3%	2 373 417	24,7%	541 599	14,6%	23 168	1,2%
De 1 000 a 1 999 m ²	4 283 898	28,2%	2 673 965	27,9%	1 360 297	36,6%	249 637	13,2%
De 2 000 a 2 499 m ²	712 288	4,7%	505 808	5,3%	128 296	3,5%	78 185	4,1%
De 2 500 a 3 999 m ²	1 091 415	7,2%	408 462	4,3%	314 630	8,5%	368 324	19,4%
De 4 000 a 7 999 m ²	1 666 472	11,0%	885 533	9,2%	250 429	6,7%	530 509	28,0%
8 000 m ² e mais	3 491 547	23,0%	2 205 846	23,0%	658 014	17,7%	627 686	33,1%

Quadro 7

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

2007

Escalões de AEV	Total (Continente)		Comércio a retalho				Comércio por Grosso	
			Alimentar ou com predominância alimentar		Não alimentar ou sem predominância alimentar			
	nº	%	nº	%	nº	%	nº	%
Total (Continente)	94 643	100,0%	62 842	100,0%	25 729	100,0%	6 072	100,0%
Até 399 m ²	7 046	7,4%	2 740	4,4%	4 212	16,4%	94	1,5%
De 400 a 999 m ²	19 337	20,4%	15 006	23,9%	4 206	16,3%	125	2,1%
De 1 000 a 1 999 m ²	28 130	29,7%	19 252	30,6%	7 945	30,9%	933	15,4%
De 2 000 a 2 499 m ²	5 022	5,3%	3 705	5,9%	947	3,7%	370	6,1%
De 2 500 a 3 999 m ²	5 801	6,1%	2 661	4,2%	2 019	7,8%	1 121	18,5%
De 4 000 a 7 999 m ²	9 761	10,3%	6 505	10,4%	1 702	6,6%	1 554	25,6%
8 000 m ² e mais	19 546	20,7%	12 973	20,6%	4 698	18,3%	1 875	30,9%

Quadro 8

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

2007

Unidade: Nº

Ano de abertura do estabelecimento	Total (Continente)		Comércio a retalho		Comércio por grosso	
			Alimentar ou com predominância alimentar	Não alimentar ou sem predominância alimentar		
Total (Continente)	2 439		1 413		896	130
Até 1980	26		13		2	11
De 1981 a 1990	84		60		8	16
De 1991 a 2000	1 168		827		275	66
Após 2000	1 161		513		611	37

2.2 - COMÉRCIO A RETALHO ALIMENTAR OU COM PREDOMINÂNCIA ALIMENTAR

Quadro 9

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

2007

Variáveis/Indicadores	Unidade	Total (Continente)	NUTS II				
			Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
Nº de estabelecimentos	nº	1 413	419	292	438	123	141
Área de Exposição e Venda							
Total	m ²	1 661 843	536 979	380 578	488 134	128 550	127 602
Média	m ²	1 176	1 282	1 303	1 114	1 045	905
Nº de Pessoas ao Serviço							
Total	nº	62 842	19 255	13 739	20 319	4 926	4 603
Do qual:							
A tempo completo	nº	45 466	13 328	10 134	14 632	3 789	3 583
Do género feminino	nº	45 919	14 104	10 389	14 238	3 769	3 419
Média por estabelecimento	nº	44	46	47	46	40	33
Nº de horas abertos ao público							
Total	h	5 910 012	1 823 686	1 236 555	1 787 363	510 660	551 748
Média anual por estabelecimento (a)	h	4 183	4 352	4 235	4 081	4 152	3 913
Média diária por estabelecimento	h	12	12	12	11	12	11
Volume de Negócios (b)	10 ³ €	9 625 034	2 951 475	2 099 919	3 229 525	693 639	650 476
Volume de Vendas (b)							
Total	10 ³ €	9 598 483	2 942 988	2 094 181	3 221 359	691 684	648 270
Média por estabelecimento	10 ³ €	6 793	7 024	7 172	7 355	5 623	4 598
Média por m ² de AEV	€	5 776	5 481	5 503	6 599	5 381	5 080
Remunerações ilíquidas							
Total	10 ³ €	566 824	172 430	121 619	190 582	41 993	40 199
Média anual por pessoa ao serviço (a)	€	10 383	10 332	10 073	10 622	9 943	10 821
Média mensal por pessoa ao serviço	€	742	738	720	759	710	773
Nº de transacções							
Total	nº	588 065 289	172 553 491	111 900 940	220 462 285	41 362 169	41 786 404
Média por estabelecimento	nº	416 182	411 822	383 222	503 339	336 278	296 357
Média por m ² de AEV	nº	354	321	294	452	322	327
Volume de Vendas Médio por transacção (b)	€	16	17	19	15	17	16

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

(b) Não inclui IVA

Quadro 10

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

2007

Variáveis/Indicadores	Unidade	Total (Continente)	Escalões de AEV						
			Até 399 m ²	De 400 a 999 m ²	De 1 000 a 1 999 m ²	De 2 000 a 2 499 m ²	De 2 500 a 3 999 m ²	De 4 000 a 7 999 m ²	8 000 m ² e mais
Nº de estabelecimentos	nº	1 413	382	555	353	41	19	29	34
Área de Exposição e Venda									
Total	m ²	1 661 843	88 529	426 202	505 689	87 096	61 715	158 484	334 128
Média	m ²	1 176	232	768	1 433	2 124	3 248	5 465	9 827
Nº de Pessoas ao Serviço									
Total	nº	62 842	2 740	15 006	19 252	3 705	2 661	6 505	12 973
Do qual:									
A tempo completo	nº	45 466	2 555	10 919	14 010	2 412	1 997	4 605	8 968
Do género feminino	nº	45 919	2 292	11 276	14 542	2 872	1 891	4 563	8 483
Média por estabelecimento	nº	44	7	27	55	90	140	224	382
Nº de horas abertos ao público									
Total	h	5 910 012	1 379 573	2 366 527	1 589 278	197 596	87 207	132 925	156 906
Média anual por estabelecimento (a)	h	4 183	3 611	4 264	4 502	4 819	4 590	4 584	4 615
Média diária por estabelecimento	h	12	10	12	12	13	13	13	13
Volume de Negócios (b)	10 ³ €	9 625 034	545 543	2 376 945	2 679 885	508 951	410 065	890 063	2 213 583
Volume de Vendas (b)									
Total	10 ³ €	9 598 483	545 453	2 373 417	2 673 965	505 808	408 462	885 533	2 205 846
Média por estabelecimento	10 ³ €	6 793	1 428	4 276	7 575	12 337	21 498	30 536	64 878
Média por m ² de AEV	€	5 776	6 161	5 569	5 288	5 807	6 619	5 588	6 602
Remunerações ilícidas									
Total	10 ³ €	566 824	27 151	132 216	160 190	31 109	25 479	59 404	131 275
Média anual por pessoa ao serviço (a)	€	10 383	10 656	10 409	10 171	9 194	9 736	11 186	10 214
Média mensal por pessoa ao serviço	€	742	761	744	726	657	695	799	730
Nº de transacções									
Total	nº	588 065 289	75 801 891	181 934 824	173 179 182	27 631 403	17 105 498	34 652 712	77 759 779
Média por estabelecimento	nº	416 182	198 434	327 810	490 593	673 937	900 289	1 194 921	2 287 052
Média por m ² de AEV	nº	354	856	427	342	317	277	219	233
Volume de Vendas Médio por transacção (b)	€	16	7	13	15	18	24	26	28

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

(b) Não inclui IVA

Quadro 11

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

2007

NUTS II	População residente em 2007	Distribuição do número de estabelecimentos	Área de exposição e venda (m ²)	Volume de Vendas (10 ³ €)	População residente, por estabelecimento (nº pessoas/estabelecimento)	População residente por m ² de AEV (hab/m ²)	Vendas a Retalho por residente (€/pessoa)
Total (Continente)	10 126 880	1 413	1 661 843	9 598 483	7 167	6	948
Norte	3 745 236	419	536 979	2 942 988	8 939	7	786
Centro	2 385 911	292	380 578	2 094 181	8 171	6	878
Lisboa	2 808 414	438	488 134	3 221 359	6 412	6	1 147
Alentejo	760 933	123	128 550	691 684	6 186	6	909
Algarve	426 386	141	127 602	648 270	3 024	3	1 520

Quadro 12

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

2007

Escalões de AEV	Abertura		Encerramento		Número médio diário de horas de abertura, por estabelecimento (a)
	Até às 9h	Depois das 9h	Até às 21h	Depois das 21h	
Total (Continente)	1 312	101	1 133	280	12
Até 399 m ²	339	43	357	25	11
De 400 a 999 m ²	518	37	518	37	12
De 1 000 a 1 999 m ²	335	18	245	108	13
De 2 000 a 2 499 m ²	40	1	10	31	14
De 2 500 a 3 999 m ²	18	1	1	18	13
De 4 000 a 7 999 m ²	28	1	2	27	14
8 000 m ² e mais	34	0	0	34	14

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

Quadro 13

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

2007

NUTS II	Total	De Segunda a Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado	Domingo
Total (Continente)	4 183	2 443	613	615	512
Norte	4 352	2 528	636	639	550
Centro	4 235	2 462	617	619	536
Lisboa	4 081	2 396	600	600	484
Alentejo	4 152	2 411	604	608	529
Algarve	3 913	2 327	584	584	418

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

Quadro 14

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

2007

Escalões de AEV	Total (Continente)	De Segunda a Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado	Domingo
Total (Continente)	4 183	2 443	613	615	512
Até 399 m ²	3 611	2 180	545	546	341
De 400 a 999 m ²	4 264	2 450	613	616	586
De 1 000 a 1 999 m ²	4 502	2 581	649	649	623
De 2 000 a 2 499 m ²	4 819	2 792	709	709	608
De 2 500 a 3 999 m ²	4 590	2 763	704	708	414
De 4 000 a 7 999 m ²	4 584	2 856	725	726	277
8 000 m ² e mais	4 615	2 906	750	750	209

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

Quadro 15

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

2007

Escalões de AEV	Volume de Vendas médio por estabelecimento (a) €	Volume de Vendas médio por m ² de AEV (a) €	Número médio de transacções por estabelecimento nº	Volume de Vendas médio por transacção (a) €
Total (Continente)	6 792 982	5 776	416 182	16
Até 399 m ²	1 427 888	6 161	198 434	7
De 400 a 999 m ²	4 276 427	5 569	327 810	13
De 1 000 a 1 999 m ²	7 574 971	5 288	490 593	15
De 2 000 a 2 499 m ²	12 336 774	5 807	673 937	18
De 2 500 a 3 999 m ²	21 497 974	6 619	900 289	24
De 4 000 a 7 999 m ²	30 535 605	5 588	1 194 921	26
8 000 m ² e mais	64 877 830	6 602	2 287 052	28

(a) Não inclui IVA.

Quadro 16

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

2007

Unidade: 10³ €

Categoria de produtos	Total (Continente)	NUTS II				
		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
Total de Vendas a Retalho Alimentar	9 598 483	2 942 988	2 094 181	3 221 359	691 684	648 270
Produtos Alimentares, Bebidas e Tabaco	6 660 661	2 035 935	1 411 872	2 247 847	493 389	471 618
Frutos e produtos hortícolas frescos	794 593	224 641	158 077	289 285	61 243	61 347
Carne e produtos à base carne	949 899	287 359	227 032	290 220	82 360	62 928
Peixe, crustáceos e moluscos	714 229	224 627	149 181	249 851	53 501	37 070
Pão, produtos de pastelaria e de confeitaria	313 990	83 884	65 017	116 838	24 665	23 586
Leite, seus derivados e ovos	1 275 273	402 102	266 485	440 002	84 979	81 705
Outros produtos alimentares n.e.	1 703 168	523 957	364 961	564 188	122 579	127 484
Bebidas	893 744	286 027	177 725	291 640	62 692	75 659
Tabaco	15 765	3 339	3 395	5 823	1 369	1 839
Produtos Não Alimentares	2 937 822	907 052	682 310	973 513	198 295	176 652
Produtos de cosmética e de higiene pessoal	803 456	237 049	174 889	280 967	57 899	52 652
Produtos de limpeza e similares para uso doméstico	413 097	138 993	82 593	141 226	25 320	24 965
Vestuário	168 378	48 370	32 605	70 334	4 953	12 116
Calçado e artigos de couro	48 652	16 976	8 741	17 613	1 671	3 651
Mobiliário e outros artigos para uso doméstico (a)	268 794	80 526	60 946	89 733	17 170	20 419
Electrodomésticos, aparelhos de TV, áudio e vídeo, instrumentos musicais, cassetes, discos, CD e DVD	109 744	31 289	25 678	41 131	4 190	7 456
Materiais de bricolage	66 806	19 513	15 003	21 047	6 603	4 640
Livros, jornais e artigos papelaria	122 131	35 239	27 493	45 059	7 287	7 053
Artigos de desporto campismo, caça e lazer	41 688	13 688	9 645	12 530	2 817	3 007
Brinquedos e jogos	89 183	26 074	16 695	36 110	4 801	5 504
Outras vendas de produtos	804 783	259 217	227 518	217 513	65 695	34 840

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

Quadro 17

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

2007

Unidade: %

Categoria de produtos	Total (Continente)	NUTS II				
		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
Total de Vendas a Retalho Alimentar	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Produtos Alimentares, Bebidas e Tabaco	69,4%	69,2%	67,4%	69,8%	71,3%	72,8%
Frutos e produtos hortícolas frescos	8,3%	7,6%	7,5%	9,0%	8,9%	9,5%
Carne e produtos à base carne	9,9%	9,8%	10,8%	9,0%	11,9%	9,7%
Peixe, crustáceos e moluscos	7,4%	7,6%	7,1%	7,8%	7,7%	5,7%
Pão, produtos de pastelaria e de confeitaria	3,3%	2,9%	3,1%	3,6%	3,6%	3,6%
Leite, seus derivados e ovos	13,3%	13,7%	12,7%	13,7%	12,3%	12,6%
Outros produtos alimentares n.e.	17,7%	17,8%	17,4%	17,5%	17,7%	19,7%
Bebidas	9,3%	9,7%	8,5%	9,1%	9,1%	11,7%
Tabaco	0,2%	0,1%	0,2%	0,2%	0,2%	0,3%
Produtos Não Alimentares	30,6%	30,8%	32,6%	30,2%	28,7%	27,2%
Produtos de cosmética e de higiene pessoal	8,4%	8,1%	8,4%	8,7%	8,4%	8,1%
Produtos de limpeza e similares para uso doméstico	4,3%	4,7%	3,9%	4,4%	3,7%	3,9%
Vestuário	1,8%	1,6%	1,6%	2,2%	0,7%	1,9%
Calçado e artigos de couro	0,5%	0,6%	0,4%	0,5%	0,2%	0,6%
Mobiliário e outros artigos para uso doméstico (a)	2,8%	2,7%	2,9%	2,8%	2,5%	3,1%
Electrodomésticos, aparelhos de TV, áudio e vídeo, instrumentos musicais, cassetes, discos, CD e DVD	1,1%	1,1%	1,2%	1,3%	0,6%	1,2%
Materiais de bricolage	0,7%	0,7%	0,7%	0,7%	1,0%	0,7%
Livros, jornais e artigos papelaria	1,3%	1,2%	1,3%	1,4%	1,1%	1,1%
Artigos de desporto campismo, caça e lazer	0,4%	0,5%	0,5%	0,4%	0,4%	0,5%
Brinquedos e jogos	0,9%	0,9%	0,8%	1,1%	0,7%	0,8%
Outras vendas de produtos	8,4%	8,8%	10,9%	6,8%	9,5%	5,4%

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

Quadro 18

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

2007

Unidade: 10³ €

Categoria de produtos	Total (Continente)	Escalões de AEV						
		Até 399 m ²	De 400 a 999 m ²	De 1 000 a 1 999 m ²	De 2 000 a 2 499 m ²	De 2 500 a 3 999 m ²	De 4 000 a 7 999 m ²	8 000 m ² e mais
Total de Vendas a Retalho Alimentar	9 598 483	545 453	2 373 417	2 673 965	505 808	408 462	885 533	2 205 846
Produtos Alimentares, Bebidas e Tabaco	6 660 661	450 818	1 882 442	1 983 579	349 430	222 531	497 812	1 274 048
Frutos e produtos hortícolas frescos	794 593	47 298	258 382	238 766	38 484	22 163	53 309	136 190
Carne e produtos à base carne	949 899	36 007	260 997	316 796	50 732	33 893	74 323	177 152
Peixe, crustáceos e moluscos	714 229	26 536	163 440	217 130	45 738	25 130	65 099	171 156
Pão, produtos de pastelaria e de confeitaria	313 990	10 259	87 147	102 206	19 034	12 146	25 407	57 791
Leite, seus derivados e ovos	1 275 273	110 644	369 454	360 458	65 929	38 486	92 958	237 344
Outros produtos alimentares n.e.	1 703 168	151 579	489 520	483 491	83 327	58 698	118 882	317 672
Bebidas	893 744	68 293	251 005	260 664	44 747	31 826	65 863	171 346
Tabaco	15 765	201	2 498	4 069	1 439	190	1 971	5 397
Produtos Não Alimentares	2 937 822	94 635	490 975	690 385	156 378	185 930	387 720	931 798
Produtos de cosmética e de higiene pessoal	803 456	44 542	175 611	229 983	51 933	34 363	73 418	193 605
Produtos de limpeza e similares para uso doméstico	413 097	25 712	83 576	100 232	27 740	15 798	41 561	118 479
Vestuário	168 378	3 150	9 361	11 723	2 060	9 528	33 904	98 651
Calçado e artigos de couro	48 652	183	6 300	5 364	658	2 473	7 714	25 960
Mobiliário e outros artigos para uso doméstico (a)	268 794	2 922	35 337	65 636	20 546	12 088	37 307	94 958
Electrodomésticos, aparelhos de TV, áudio e vídeo, instrumentos musicais, CD, DVD	109 744	1 267	12 035	17 587	2 639	8 559	19 236	48 420
Materiais de bricolage	66 806	152	14 124	18 558	3 282	5 195	8 497	16 999
Livros, jornais e artigos papelaria	122 131	1 280	8 981	26 542	10 185	5 957	17 095	52 091
Artigos de desporto campismo, caça e lazer	41 686	335	6 963	10 228	1 765	2 420	6 118	13 858
Brinquedos e jogos	89 183	1 003	5 283	14 124	4 787	5 090	15 449	43 447
Outras vendas de produtos	804 783	14 089	132 528	190 174	30 785	84 458	127 421	225 328

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

Quadro 19

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

2007

Unidade: %

Categoria de produtos	Total (Continente)	Escalões de AEV						
		Até 399 m ²	De 400 a 999 m ²	De 1 000 a 1 999 m ²	De 2 000 a 2 499 m ²	De 2 500 a 3 999 m ²	De 4 000 a 7 999 m ²	8 000 m ² e mais
Total de Vendas a Retalho Alimentar	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Produtos Alimentares, Bebidas e Tabaco	69,4%	82,7%	79,3%	74,2%	69,1%	54,5%	56,2%	57,8%
Frutos e produtos hortícolas frescos	8,3%	8,7%	10,9%	8,9%	7,6%	5,4%	6,0%	6,2%
Carne e produtos à base carne	9,9%	6,6%	11,0%	11,8%	10,0%	8,3%	8,4%	8,0%
Peixe, crustáceos e moluscos	7,4%	4,9%	6,9%	8,1%	9,0%	6,2%	7,4%	7,8%
Pão, produtos de pastelaria e de confeitaria	3,3%	1,9%	3,7%	3,8%	3,8%	3,0%	2,9%	2,6%
Leite, seus derivados e ovos	13,3%	20,3%	15,6%	13,5%	13,0%	9,4%	10,5%	10,8%
Outros produtos alimentares n.e.	17,7%	27,8%	20,6%	18,1%	16,5%	14,4%	13,4%	14,4%
Bebidas	9,3%	12,5%	10,6%	9,7%	8,8%	7,8%	7,4%	7,8%
Tabaco	0,2%	0,0%	0,1%	0,2%	0,3%	0,0%	0,2%	0,2%
Produtos Não Alimentares	30,6%	17,3%	20,7%	25,8%	30,9%	45,5%	43,8%	42,2%
Produtos de cosmética e de higiene pessoal	8,4%	8,2%	7,4%	8,6%	10,3%	8,4%	8,3%	8,8%
Produtos de limpeza e similares para uso doméstico	4,3%	4,7%	3,5%	3,7%	5,5%	3,9%	4,7%	5,4%
Vestuário	1,8%	0,6%	0,4%	0,4%	0,4%	2,3%	3,8%	4,5%
Calçado e artigos de couro	0,5%	0,0%	0,3%	0,2%	0,1%	0,6%	0,9%	1,2%
Mobiliário e outros artigos para uso doméstico (a)	2,8%	0,5%	1,5%	2,5%	4,1%	3,0%	4,2%	4,3%
Electrodomésticos, aparelhos de TV, áudio e vídeo, instrumentos musicais, CD, DVD	1,1%	0,2%	0,5%	0,7%	0,5%	2,1%	2,2%	2,2%
Materiais de bricolage	0,7%	0,0%	0,6%	0,7%	0,6%	1,3%	1,0%	0,8%
Livros, jornais e artigos papelaria	1,3%	0,2%	0,4%	1,0%	2,0%	1,5%	1,9%	2,4%
Artigos de desporto campismo, caça e lazer	0,4%	0,1%	0,3%	0,4%	0,3%	0,6%	0,7%	0,6%
Brinquedos e jogos	0,9%	0,2%	0,2%	0,5%	0,9%	1,2%	1,7%	2,0%
Outras vendas de produtos	8,4%	2,6%	5,6%	7,1%	6,1%	20,7%	14,4%	10,2%

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

Quadro 20

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

2007

NUTS II	Estabelecimentos que comercializam produtos de Marca Própria		Vendas a retalho de produtos de Marca Própria		
	Nº	% no total de estabelecimentos	10 ³ €	% no total de volume de vendas	% no total do volume de vendas dos estabelecimentos que comercializam marca própria
Total (Continente)	838	59,3%	1 413 363	14,7%	20,6%
Norte	277	66,1%	453 727	15,4%	20,6%
Centro	145	49,7%	247 668	11,8%	19,8%
Lisboa	324	74,0%	565 701	17,6%	21,4%
Alentejo	54	43,9%	70 203	10,1%	20,8%
Algarve	38	27,0%	76 064	11,7%	18,8%

Quadro 21

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

2007

Escalões de AEV	Estabelecimentos que comercializam produtos de Marca Própria		Vendas a retalho de produtos de Marca Própria		
	Nº	% no total de estabelecimentos	10 ³ €	% no total de volume de vendas	% no total do volume de vendas dos estabelecimentos que comercializam marca própria
Total (Continente)	838	59,3%	1 413 363	14,7%	20,6%
Até 399 m ²	278	72,8%	206 376	37,8%	43,2%
De 400 a 999 m ²	270	48,6%	332 337	14,0%	31,1%
De 1 000 a 1 999 m ²	183	51,8%	287 736	10,8%	19,3%
De 2 000 a 2 499 m ²	30	73,2%	61 497	12,2%	16,1%
De 2 500 a 3 999 m ²	15	78,9%	36 209	8,9%	10,8%
De 4 000 a 7 999 m ²	28	96,6%	134 255	15,2%	15,2%
8 000 m ² e mais	34	100,0%	354 953	16,1%	16,1%

Quadro 22

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

2007

Unidade: %

Escalões de AEV	Total (Continente)	Numerário	Cartão de Débito	Cartão de Crédito	Cheque	Outros
Total (Continente)	100,0%	45,3%	36,8%	12,7%	0,9%	4,3%
Até 399 m ²	100,0%	74,4%	23,0%	2,2%	0,4%	0,0%
De 400 a 999 m ²	100,0%	57,6%	37,4%	3,7%	0,7%	0,6%
De 1 000 a 1 999 m ²	100,0%	50,2%	38,6%	8,9%	0,8%	1,6%
De 2 000 a 2 499 m ²	100,0%	39,1%	31,8%	24,2%	1,8%	3,1%
De 2 500 a 3 999 m ²	100,0%	43,2%	33,9%	17,8%	1,3%	3,8%
De 4 000 a 7 999 m ²	100,0%	31,4%	34,8%	22,0%	0,9%	10,9%
8 000 m ² e mais	100,0%	26,3%	40,0%	22,3%	1,0%	10,4%

Quadro 23

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

2007

Unidade: %

NUTS II	Unidade: %					
	Total	Numerário	Cartão de Débito	Cartão de Crédito	Cheque	Outros
Total (Continente)	100,0%	45,3%	36,8%	12,7%	0,9%	4,3%
Norte	100,0%	48,3%	34,1%	13,2%	0,8%	3,7%
Centro	100,0%	44,5%	38,0%	12,8%	1,4%	3,3%
Lisboa	100,0%	41,0%	39,6%	12,5%	0,5%	6,5%
Alentejo	100,0%	49,2%	37,9%	9,8%	1,6%	1,4%
Algarve	100,0%	51,9%	30,3%	14,2%	0,7%	2,9%

Quadro 24

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

2007

Unidade: Nº

Escalões de AEV	Número de estabelecimentos				Número médio de Caixas de Saída
	Total (Continente)	Situados em Centro Comercial	Com Parque de Estacionamento	Com Caixas com Leitura Óptica	
Total (Continente)	1 413	345	910	1 409	8
Até 399 m ²	382	37	37	379	3
De 400 a 999 m ²	555	72	428	554	5
De 1 000 a 1 999 m ²	353	123	323	353	9
De 2 000 a 2 499 m ²	41	35	41	41	14
De 2 500 a 3 999 m ²	19	18	19	19	20
De 4 000 a 7 999 m ²	29	27	28	29	30
8 000 m ² e mais	34	33	34	34	52

2.3 - COMÉRCIO A RETALHO NÃO ALIMENTAR OU SEM PREDOMINÂNCIA ALIMENTAR

Quadro 25

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

2007

Variáveis/Indicadores	Unidade	Total (Continente)	NUTS II				
			Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
Nº de estabelecimentos	nº	896	310	210	261	55	60
Área de Exposição e Venda							
Total	m ²	936 748	321 878	177 653	349 554	31 364	56 299
Média	m ²	1 045	1 038	846	1 339	570	938
Nº de Pessoas ao Serviço							
Total	nº	25 729	8 104	4 235	11 034	775	1 581
Do qual:							
A tempo completo	nº	18 306	5 767	3 068	7 699	572	1 200
Do género feminino	nº	15 633	5 098	2 550	6 541	499	945
Média por estabelecimento	nº	29	26	20	42	14	26
Nº de horas abertos ao público							
Total	h	4 117 308	1 440 416	962 194	1 191 145	245 145	278 408
Média anual por estabelecimento (a)	h	4 595	4 647	4 582	4 564	4 457	4 640
Média diária por estabelecimento	h	13	13	13	13	12	13
Volume de Negócios (b)	10 ³ €	3 800 953	1 055 926	525 647	1 856 879	107 298	255 202
Volume de Vendas (b)							
Total	10 ³ €	3 717 246	1 027 292	520 238	1 812 778	106 952	249 986
Média por estabelecimento	10 ³ €	4 149	3 314	2 477	6 946	1 945	4 166
Média por m ² de AEV	€	3 968	3 192	2 928	5 186	3 410	4 440
Remunerações Ilíquidas							
Total	10 ³ €	241 906	72 014	35 595	112 051	6 744	15 503
Média anual por pessoa ao serviço (a)	€	10 361	10 308	10 069	10 462	9 754	11 774
Média mensal por pessoa ao serviço	€	740	736	719	747	697	841
Nº de transacções							
Total	nº	122 385 862	35 739 003	18 812 187	55 926 532	4 043 764	7 864 376
Média por estabelecimento	nº	136 591	115 287	89 582	214 278	73 523	131 073
Média por m ² de AEV	nº	131	111	106	160	129	140
Volume de Vendas Médio por transacção (b)	€	30	29	28	32	26	32

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

(b) Não inclui IVA

Quadro 26

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

2007

Variáveis/Indicadores	Unidade	Total (Continente)	Escalões de AEV						
			Até 399 m ²	De 400 a 999 m ²	De 1 000 a 1 999 m ²	De 2 000 a 2 499 m ²	De 2 500 a 3 999 m ²	De 4 000 a 7 999 m ²	8 000 m ² e mais
Nº de estabelecimentos	nº	896	354	264	196	20	39	16	7
Área de Exposição e Venda									
Total	m ²	936 748	87 247	153 883	289 564	43 613	128 762	86 617	147 062
Média	m ²	1 045	246	583	1 477	2 181	3 302	5 414	21 009
Nº de Pessoas ao Serviço									
Total	nº	25 729	4 212	4 206	7 945	947	2 019	1 702	4 698
Do qual:									
A tempo completo	nº	18 306	2 534	2 945	5 616	837	1 750	1 269	3 355
Do género feminino	nº	15 633	3 172	2 750	4 850	382	865	628	2 986
Média por estabelecimento	nº	29	12	16	41	47	52	106	671
Nº de horas abertos ao público									
Total	h	4 117 308	1 616 661	1 260 380	895 564	90 276	160 929	66 063	27 436
Média anual por estabelecimento (a)	h	4 595	4 567	4 774	4 569	4 514	4 126	4 129	3 919
Média diária por estabelecimento	h	13	13	13	13	13	11	11	11
Volume de Negócios (b)	10 ³ €	3 800 953	500 570	565 495	1 371 294	128 535	317 268	254 031	663 760
Volume de Vendas (b)									
Total	10 ³ €	3 717 246	463 981	541 599	1 360 297	128 296	314 630	250 429	658 014
Média por estabelecimento	10 ³ €	4 149	1 311	2 052	6 940	6 415	8 067	15 652	94 002
Média por m ² de AEV	€	3 968	5 318	3 520	4 698	2 942	2 443	2 891	4 474
Remunerações Iliquidas									
Total	10 ³ €	241 906	34 530	34 062	75 308	9 499	18 248	16 477	53 782
Média anual por pessoa ao serviço (a)	€	10 361	10 185	10 304	10 450	10 981	11 214	10 683	11 693
Média mensal por pessoa ao serviço	€	740	727	736	746	784	801	763	835
Nº de transacções									
Total	nº	122 385 862	27 028 972	19 598 297	45 175 896	3 384 472	5 900 982	5 343 454	15 953 789
Média por estabelecimento	nº	136 591	76 353	74 236	230 489	169 224	151 307	333 966	2 279 113
Média por m ² de AEV	nº	131	310	127	156	78	46	62	108
Volume de Vendas Médio por transacção (b)	€	30	17	28	30	38	53	47	41

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

(b) Não inclui IVA

Quadro 27

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

2007

NUTS II	População residente em 2007	Distribuição do número de estabelecimentos	Área de exposição e venda (m ²)	Volume de Vendas (10 ³ €) (a)	População residente, por estabelecimento (nº pessoas/estabelecimento)	População residente por m ² de AEV (hab/m ²)	Vendas a Retalho por residente (€/pessoa) (a)
Total (Continente)	10 126 880	896	936 748	3 717 246	11 302	11	367
Norte	3 745 236	310	321 878	1 027 292	12 081	12	274
Centro	2 385 911	210	177 653	520 238	11 361	13	218
Lisboa	2 808 414	261	349 554	1 812 778	10 760	8	645
Alentejo	760 933	55	31 364	106 952	13 835	24	141
Algarve	426 386	60	56 299	249 986	7 106	8	586

(a) Não inclui IVA.

Quadro 28

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

2007

Escalões de AEV	Abertura		Encerramento		Número médio diário de horas de abertura, por estabelecimento (a)
	Até às 9h	Depois das 9h	Até às 21h	Depois das 21h	
Total (Continente)	404	492	158	738	13
Até 399 m ²	109	245	56	298	13
De 400 a 999 m ²	173	91	38	226	13
De 1 000 a 1 999 m ²	80	116	45	151	13
De 2 000 a 2 499 m ²	12	8	4	16	13
De 2 500 a 3 999 m ²	18	21	10	29	12
De 4 000 a 7 999 m ²	11	5	3	13	12
8 000 m ² e mais	1	6	2	5	12

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

Quadro 29

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

2007

NUTS II	Total	De Segunda a Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado	Domingo
Total (Continente)	4 595	2 666	674	674	582
Norte	4 647	2 685	681	680	600
Centro	4 582	2 638	664	666	613
Lisboa	4 564	2 675	675	675	539
Alentejo	4 457	2 604	657	659	538
Algarve	4 640	2 680	679	679	601

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

Quadro 30

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

2007

Escalões de AEV	Total (Continente)	De Segunda a Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado	Domingo
Total (Continente)	4 595	2 666	674	674	582
Até 399 m ²	4 567	2 642	667	666	592
De 400 a 999 m ²	4 774	2 740	695	697	643
De 1 000 a 1 999 m ²	4 569	2 644	668	668	589
De 2 000 a 2 499 m ²	4 514	2 646	661	661	545
De 2 500 a 3 999 m ²	4 126	2 576	647	649	255
De 4 000 a 7 999 m ²	4 129	2 579	645	645	261
8 000 m ² e mais	3 919	2 475	630	645	169

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

Quadro 31

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

2007

Escalões de AEV	Volume de Vendas médio por estabelecimento (a)	Volume de Vendas médio por m ² de AEV (a)	Número médio de transacções por estabelecimento	Volume de Vendas médio por transacção (a)
	€	€	nº	€
Total (Continente)	4 148 712	3 968	136 591	30
Até 399 m ²	1 310 682	5 318	76 353	17
De 400 a 999 m ²	2 051 510	3 520	74 236	28
De 1 000 a 1 999 m ²	6 940 289	4 698	230 489	30
De 2 000 a 2 499 m ²	6 414 790	2 942	169 224	38
De 2 500 a 3 999 m ²	8 067 431	2 443	151 307	53
De 4 000 a 7 999 m ²	15 651 844	2 891	333 966	47
8 000 m ² e mais	94 002 017	4 474	2 279 113	41

(a) Não inclui IVA.

Quadro 32

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

2007

Unidade: 10³ €

Categoria de produtos	Total (Continente)	NUTS II				
		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
Total de Vendas a Retalho Não Alimentar	3 717 246	1 027 292	520 238	1 812 778	106 952	249 986
Produtos de cosmética e higiene pessoal, farmacêuticos e médicos e de limpeza para o lar	44 645	11 624	1 435	30 121	329	1 136
Vestuário	956 435	300 068	124 374	437 146	29 150	65 697
Calçado e artigos de couro	99 557	33 146	14 394	41 104	3 847	7 067
Mobiliário e outros artigos para uso doméstico (a)	394 364	79 439	39 979	240 971	1 785	32 190
Electrodomésticos	384 837	129 411	67 864	150 073	10 538	26 951
Aparelhos de TV, áudio e vídeo	247 943	67 078	36 130	118 322	9 599	16 815
Cassetes, discos, CD e DVD	164 782	44 238	23 559	78 475	7 308	11 202
Materiais de bricolage	316 271	57 582	63 109	158 675	9 867	27 038
Livros, jornais e artigos papelaria	66 643	18 901	3 801	39 413	329	4 199
Mobiliário, maquinaria e outros equipamentos para escritório, computadores e material óptico, fotográfico e de telecomunicações	596 424	171 421	84 425	278 132	23 569	38 878
Brinquedos e jogos	57 186	16 015	5 262	33 172	1	2 737
Outras vendas de produtos	388 158	98 370	55 908	207 174	10 631	16 076

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

Quadro 33

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

2007

Unidade: %

Categoria de produtos	Total (Continente)	NUTS II				
		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
Total de Vendas a Retalho Não Alimentar	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Produtos de cosmética e higiene pessoal, farmacêuticos e médicos e de limpeza para o lar	1,2%	1,1%	0,3%	1,7%	0,3%	0,5%
Vestuário	25,7%	29,2%	23,9%	24,1%	27,3%	26,3%
Calçado e artigos de couro	2,7%	3,2%	2,8%	2,3%	3,6%	2,8%
Mobiliário e outros artigos para uso doméstico (a)	10,6%	7,7%	7,7%	13,3%	1,7%	12,9%
Electrodomésticos	10,4%	12,6%	13,0%	8,3%	9,9%	10,8%
Aparelhos de TV, áudio e vídeo	6,7%	6,5%	6,9%	6,5%	9,0%	6,7%
Cassetes, discos, CD e DVD	4,4%	4,3%	4,5%	4,3%	6,8%	4,5%
Materiais de bricolage	8,5%	5,6%	12,1%	8,8%	9,2%	10,8%
Livros, jornais e artigos papelaria	1,8%	1,8%	0,7%	2,2%	0,3%	1,7%
Mobiliário, maquinaria e outros equipamentos para escritório, computadores e material óptico, fotográfico e de telecomunicações	16,0%	16,7%	16,2%	15,3%	22,0%	15,6%
Brinquedos e jogos	1,5%	1,6%	1,0%	1,8%	0,0%	1,1%
Outras vendas de produtos	10,4%	9,6%	10,7%	11,4%	9,9%	6,4%

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

Quadro 34

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

2007

Unidade: 10³ €

Categoria de produtos	Total (Continente)	Escalões de AEV			
		Até 399 m ²	De 400 a 999 m ²	De 1 000 a 1 999 m ²	2 000 m ² e mais (a)
Total de Vendas a Retalho Não Alimentar	3 717 246	463 981	541 599	1 360 297	1 351 369
Produtos de cosmética e higiene pessoal, farmacêuticos e médicos e de limpeza para o lar	44 645	4 215	235	4 733	35 462
Vestuário	956 435	309 665	206 326	288 910	151 534
Calçado e artigos de couro	99 557	23 509	26 588	28 445	21 015
Mobiliário e outros artigos para uso doméstico (b)	394 364	16 857	3 819	38 079	335 609
Electrodomésticos	384 837	14 407	66 730	198 829	104 871
Aparelhos de TV, áudio e vídeo	247 943	14 270	50 148	111 774	71 752
Cassetes, discos, CD e DVD	164 782	11 675	29 923	101 820	21 364
Produtos de bricolage	316 271	0	1 923	53 528	260 820
Livros, jornais e artigos papelaria	66 643	151	1 069	54 436	10 987
Mobiliário, maquinaria, e outros equipamentos para escritório, computadores e material óptico, fotográfico e de telecomunicações	596 424	37 981	110 435	336 094	111 914
Brinquedos e jogos	57 186	7	2 811	39 693	14 675
Outras vendas de produtos	388 158	31 244	41 593	103 956	211 366

(a) Agregação de escalões de AEV por razões de segredo estatístico.

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

Quadro 35

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

2007

Unidade: %

Categoria de produtos	Total (Continente)	Escalões de AEV			
		Até 399 m ²	De 400 a 999 m ²	De 1 000 a 1 999 m ²	2 000 m ² e mais (a)
Total de Vendas a Retalho Não Alimentar	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Produtos de cosmética e higiene pessoal, farmacêuticos e médicos e de limpeza para o lar	1,2%	0,9%	0,0%	0,3%	2,6%
Vestuário	25,7%	66,7%	38,1%	21,2%	11,2%
Calçado e artigos de couro	2,7%	5,1%	4,9%	2,1%	1,6%
Mobiliário e outros artigos para uso doméstico (b)	10,6%	3,6%	0,7%	2,8%	24,8%
Electrodomésticos	10,4%	3,1%	12,3%	14,6%	7,8%
Aparelhos de TV, áudio e vídeo	6,7%	3,1%	9,3%	8,2%	5,3%
Cassetes, discos, CD e DVD	4,4%	2,5%	5,5%	7,5%	1,6%
Produtos de bricolage	8,5%	0,0%	0,4%	3,9%	19,3%
Livros, jornais e artigos papelaria	1,8%	0,0%	0,2%	4,0%	0,8%
Mobiliário, maquinaria, e outros equipamentos para escritório, computadores e material óptico, fotográfico e de telecomunicações	16,0%	8,2%	20,4%	24,7%	8,3%
Brinquedos e jogos	1,5%	0,0%	0,5%	2,9%	1,1%
Outras vendas de produtos	10,4%	6,7%	7,7%	7,6%	15,6%

(a) Agregação de escalões de AEV por razões de segredo estatístico.

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

Quadro 36

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

2007

NUTS II	Estabelecimentos que comercializam produtos de Marca Própria		Vendas a retalho de produtos de Marca Própria		
	Nº	% no total de estabelecimentos	10 ³ €	% no total de volume de vendas	% no total do volume de vendas dos estabelecimentos que comercializam marca própria
Total (Continente)	429	47,9%	605 739	16,3%	31,6%
Norte	163	52,6%	149 776	14,6%	28,8%
Centro	92	43,8%	59 278	11,4%	27,2%
Lisboa	111	42,5%	343 365	18,9%	34,5%
Alentejo	33	60,0%	20 561	19,2%	28,0%
Algarve	30	50,0%	32 760	13,1%	30,2%

Quadro 37

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

2007

Escalões de AEV	Estabelecimentos que comercializam produtos de Marca Própria		Vendas a Retalho de Marca Própria		
	Nº	% no total de estabelecimentos	10 ³ €	% no total de volume de vendas	% no total do volume de vendas dos estabelecimentos que comercializam marca própria
Total (Continente)	429	47,9%	605 739	16,3%	31,6%
Até 399 m ²	124	35,0%	104 981	22,6%	56,4%
De 400 a 999 m ²	214	81,1%	177 088	32,7%	39,1%
De 1 000 a 1 999 m ²	82	41,8%	130 554	9,6%	22,6%
De 2 000 a 2 499 m ²	4	20,0%	5 082	4,0%	10,4%
2 500 e mais m ²	5	63,4%	188 034	29,2%	36,0%

Quadro 38

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

2007

Unidade: %

Escalões de AEV	Total (Continente)	Numerário	Cartão de Débito	Cartão de Crédito	Cheque	Outros
Total (Continente)	100,0%	25,8%	41,4%	26,2%	2,5%	4,1%
Até 399 m ²	100,0%	37,3%	37,4%	22,1%	2,6%	0,6%
De 400 a 999 m ²	100,0%	34,7%	35,2%	24,5%	3,9%	1,8%
De 1 000 a 1 999 m ²	100,0%	25,8%	43,0%	22,2%	3,0%	6,0%
De 2 000 a 2 499 m ²	100,0%	28,1%	38,3%	29,8%	2,9%	1,0%
De 2 500 a 3 999 m ²	100,0%	21,0%	42,1%	29,1%	1,6%	6,2%
De 4 000 a 7 999 m ²	100,0%	24,1%	46,9%	24,2%	4,4%	0,4%
8 000 m ² e mais	100,0%	12,7%	44,1%	37,8%	0,0%	5,3%

Quadro 39

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

2007

Unidade: %

NUTS II	Total	Número de estabelecimentos					Número médio de Caixas de Saída
		Numerário	Cartão de Débito	Cartão de Crédito	Cheque	Outros	
Total (Continente)	100,0%	25,8%	41,4%	26,2%	2,5%	4,1%	
Norte	100,0%	28,9%	39,8%	24,8%	3,1%	3,5%	
Centro	100,0%	30,0%	41,5%	22,4%	3,5%	2,6%	
Lisboa	100,0%	21,6%	42,9%	28,8%	1,9%	4,9%	
Alentejo	100,0%	34,9%	43,0%	16,8%	3,8%	1,5%	
Algarve	100,0%	31,0%	36,1%	25,5%	2,6%	4,8%	

Quadro 40

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

2007

Escalões de AEV	Número de estabelecimentos				Número médio de Caixas de Saída
	Total (Continente)	Situados em Centro Comercial	Com Parque de Estacionamento	Com Caixas com Leitura Óptica	
Total (Continente)	896	675	641	889	4
Até 399 m ²	354	281	167	354	2
De 400 a 999 m ²	264	233	243	263	2
De 1 000 a 1 999 m ²	196	122	150	196	5
De 2 000 a 2 499 m ²	20	13	19	19	5
De 2 500 a 3 999 m ²	39	18	39	34	6
De 4 000 a 7 999 m ²	16	6	16	16	10
8 000 m ² e mais	7	2	7	7	122

2.4 - COMÉRCIO POR GROSSO

Quadro 41

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

2007

Variáveis/Indicadores	Unidade	Total (Continente)	NUTS II				
			Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
Nº de estabelecimentos	nº	130	34	38	29	11	18
Área de Exposição e Venda							
Total	m ²	440 674	130 623	120 241	118 054	19 940	51 816
Média	m ²	3 390	3 842	3 164	4 071	1 813	2 879
Nº de Pessoas ao Serviço							
Total	nº	6 072	1 692	1 496	1 849	258	777
Do qual:							
A tempo completo	nº	5 819	1 601	1 453	1 741	258	766
Do género feminino	nº	2 595	696	590	848	96	365
Média por estabelecimento	nº	47	50	39	64	23	43
Nº de horas abertos ao público							
Total	h	477 092	127 510	134 653	110 239	38 472	66 218
Média anual por estabelecimento (a)	h	3 670	3 750	3 544	3 801	3 497	3 679
Média diária por estabelecimento	h	10	10	10	11	10	10
Volume de Negócios (b)	10 ³ €	1 917 903	520 352	480 443	594 272	74 613	248 222
Volume de Vendas (b)							
Total	10 ³ €	1 894 906	513 678	478 095	583 167	73 958	246 007
Média por estabelecimento	10 ³ €	14 576	15 108	12 581	20 109	6 723	13 667
Média por m ² de AEV	€	4 300	3 933	3 976	4 940	3 709	4 748
Remunerações Iliquidas							
Total	10 ³ €	81 157	21 242	19 434	26 143	3 304	11 034
Média anual por pessoa ao serviço (a)	€	13 802	13 717	13 578	13 921	12 831	14 835
Média mensal por pessoa ao serviço	€	986	980	970	994	917	1 060
Nº de transacções							
Total	nº	13 049 923	4 157 187	2 513 045	4 049 568	503 284	1 826 839
Média por estabelecimento	nº	100 384	122 270	66 133	139 640	45 753	101 491
Média por m ² de AEV	nº	30	32	21	34	25	35
Volume de Vendas médio por transacção (b)	€	145	124	190	144	147	135

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

(b) Não inclui IVA

Quadro 42

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

2007

Variáveis/Indicadores	Unidade	Total (Continente)	Escalões de AEV					
			Até 999 m ²	1 000 a 1 999 m ²	2 000 a 2 999 m ²	3 000 a 3 999 m ²	4 000 a 7 999 m ²	8 000 m ² e mais
Nº de estabelecimentos	nº	130	14	35	26	19	23	13
Área de Exposição e Venda								
Total	m ²	440 674	3 741	56 496	59 416	64 139	117 798	139 084
Média	m ²	3 390	267	1 614	2 285	3 376	5 122	10 699
Nº de Pessoas ao Serviço								
Total	nº	6 072	219	933	708	783	1 554	1 875
Do qual:								
A tempo completo	nº	5 819	219	930	702	781	1 527	1 660
Do género feminino	nº	2 595	46	297	322	340	722	868
Média por estabelecimento	nº	47	16	27	27	41	68	144
Nº de horas abertos ao público								
Total	h	477 092	35 997	128 929	108 429	64 547	82 953	56 239
Média anual por estabelecimento (a)	h	3 670	2 571	3 684	4 170	3 397	3 607	4 326
Média diária por estabelecimento	h	10	7	10	12	9	10	12
Volume de Negócios (b)	10 ³ €	1 917 903	41 441	253 649	178 050	272 065	533 492	639 206
Volume de Vendas (b)								
Total	10 ³ €	1 894 906	40 565	249 637	174 702	271 806	530 509	627 686
Média por estabelecimento	10 ³ €	14 576	2 897	7 132	6 719	14 306	23 066	48 284
Média por m ² de AEV	€	4 300	10 843	4 419	2 940	4 238	4 504	4 513
Remunerações Iliquidas								
Total	10 ³ €	81 157	3 464	13 484	8 704	9 619	21 913	23 973
Média anual por pessoa ao serviço (a)	€	13 802	17 962	14 435	12 551	12 017	13 787	12 754
Média mensal por pessoa ao serviço	€	986	1 283	1 031	896	858	985	911
Nº de transacções								
Total	nº	13 049 923	196 659	1 602 872	2 569 855	1 602 037	2 417 278	4 661 222
Média por estabelecimento	nº	100 384	14 047	45 796	98 841	84 318	105 099	358 556
Média por m ² de AEV	nº	30	53	28	43	25	21	34
Volume de Vendas médio por transacção (b)	€	145	206	156	68	170	219	135

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

(b) Não inclui IVA

Quadro 43

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

2007

Unidade: 10³ €

Categoria de produtos	Total (Continente)	NUTS II				
		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
Total de Vendas a Grosso	1 894 906	513 678	478 095	583 167	73 958	246 007
Produtos Alimentares, Bebidas e Tabaco	1 305 316	375 433	321 246	389 867	44 570	174 200
Fruta e produtos hortícolas	99 213	29 023	17 233	34 869	3 402	14 687
Carne e produtos à base de carne	122 434	35 514	22 741	46 402	922	16 855
Leite e derivados, ovos, azeite, óleos e gorduras alimentares	243 226	77 175	63 408	60 675	7 810	34 158
Açúcar, chocolate e produtos de confeitaria	77 936	22 229	23 321	23 369	3 123	5 893
Café, chá, cacau e especiarias	37 651	10 233	10 275	10 412	1 931	4 800
Bebidas	352 236	98 718	84 654	105 974	13 052	49 838
Tabaco manufacturado	87 693	15 316	27 016	27 493	5 682	12 187
Outros produtos alimentares	284 926	87 224	72 598	80 673	8 649	35 782
Bens de Consumo Doméstico, Excepto Alimentação, Bebidas e						
Tabaco	305 187	83 017	62 913	115 553	10 428	33 274
Electrodomésticos, material eléctrico para instalação, aparelhos de iluminação, de rádio, de televisão, de vídeo, discos, cassetes, CD, e DVD	38 812	13 976	4 864	13 549	351	6 072
Cutelaria, louças em cerâmica e em vidro, papel de parede e produtos de limpeza	108 536	30 482	29 660	30 479	5 037	12 878
Produtos cosméticos, de higiene pessoal, farmacêuticos e similares	66 950	18 366	18 713	18 171	3 582	8 119
Outros bens de consumo doméstico	90 888	20 193	9 676	53 354	1 459	6 206
Máquinas e Equipamentos	131 926	27 839	26 151	63 722	7 021	7 193
Outras Vendas de Produtos	152 478	27 390	67 785	14 025	11 939	31 340

Quadro 44

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

2007 Unidade: %

Categoria de produtos	Total (Continente)	NUTS II				
		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
Total de Vendas a Grosso	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Produtos Alimentares, Bebidas e Tabaco	68,9%	73,1%	67,2%	66,9%	60,3%	70,8%
Fruta e produtos hortícolas	5,2%	5,7%	3,6%	6,0%	4,6%	6,0%
Carne e produtos à base de carne	6,5%	6,9%	4,8%	8,0%	1,2%	6,9%
Leite e derivados, ovos, azeite, óleos e gorduras alimentares	12,8%	15,0%	13,3%	10,4%	10,6%	13,9%
Açúcar, chocolate e produtos de confeitaria	4,1%	4,3%	4,9%	4,0%	4,2%	2,4%
Café, chá, cacau e especiarias	2,0%	2,0%	2,1%	1,8%	2,6%	2,0%
Bebidas	18,6%	19,2%	17,7%	18,2%	17,6%	20,3%
Tabaco manufacturado	4,6%	3,0%	5,7%	4,7%	7,7%	5,0%
Outros produtos alimentares	15,0%	17,0%	15,2%	13,8%	11,7%	14,5%
Tabaco	16,1%	16,2%	13,2%	19,8%	14,1%	13,5%
Electrodomésticos, material eléctrico para instalação, aparelhos de iluminação, de rádio, de televisão, de vídeo, discos, cassetes, CD, e DVD	2,0%	2,7%	1,0%	2,3%	0,5%	2,5%
Cutelaria, louças em cerâmica e em vidro, papel de parede e produtos de limpeza	5,7%	5,9%	6,2%	5,2%	6,8%	5,2%
Produtos cosméticos, de higiene pessoal, farmacêuticos e similares	3,5%	3,6%	3,9%	3,1%	4,8%	3,3%
Outros bens de consumo doméstico	4,8%	3,9%	2,0%	9,1%	2,0%	2,5%
Máquinas e Equipamentos	7,0%	5,4%	5,5%	10,9%	9,5%	2,9%
Outras Vendas de Produtos	8,0%	5,3%	14,2%	2,4%	16,1%	12,7%

Quadro 45

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

2007 Unidade: 10³ €

Categoria de produtos	Total (Continente)	Escalões de AEV				
		Até 1 999 m ²	De 2 000 a 2 999 m ²	De 3 000 a 3 999 m ²	De 4 000 a 7 999 m ²	8 000 m ² e mais
Total de Vendas a Grosso	1 894 906	290 201	174 702	271 806	530 509	627 686
Produtos Alimentares, Bebidas e Tabaco	1 305 316	103 316	112 806	220 624	390 006	478 563
Fruta e produtos hortícolas	99 213	8 036	9 803	15 008	27 862	38 504
Carne e produtos à base de carne	122 434	4 810	7 526	14 489	33 832	61 777
Leite e derivados, ovos, azeite, óleos e gorduras alimentares	243 226	20 699	20 013	45 101	78 434	78 980
Açúcar, chocolate e produtos de confeitaria	77 936	5 787	7 635	12 662	24 667	27 184
Café, chá, cacau e especiarias	37 651	3 522	4 235	6 497	10 655	12 742
Bebidas	352 236	31 072	32 448	63 496	108 214	117 006
Tabaco manufacturado	87 693	8 657	9 904	18 437	17 109	33 585
Outros produtos alimentares	284 926	20 733	21 241	44 934	89 234	108 784
Bens de Consumo Doméstico, Excepto Alimentação, Bebidas e Tabaco	305 187	22 711	25 619	34 873	92 996	128 988
Electrodomésticos, material eléctrico para instalação, aparelhos de iluminação, de rádio, de televisão, de vídeo, discos, cassetes, CD, e DVD	38 812	1 382	3 988	636	2 060	30 746
Cutelaria, louças em cerâmica e em vidro, papel de parede e produtos de limpeza	108 536	8 283	8 052	14 219	26 777	51 205
Produtos cosméticos, de higiene pessoal, farmacêuticos e similares	66 950	5 101	6 455	14 421	18 235	22 739
Outros bens de consumo doméstico	90 888	7 945	7 124	5 597	45 924	24 298
Máquinas e Equipamentos	131 926	64 700	6 484	3 687	46 050	11 005
Outras Vendas de Produtos	152 478	99 474	29 793	12 623	1 457	9 131

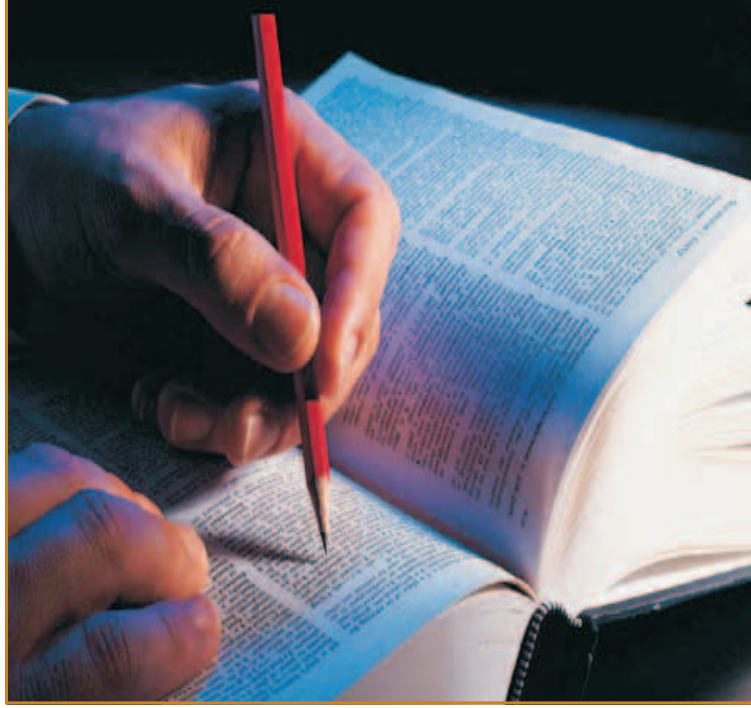
Quadro 46

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

2007

Unidade: %

Categoria de produtos	Total (Continente)	Escalões de AEV				
		Até 1 999 m ²	De 2 000 a 2 999 m ²	De 3 000 a 3 999 m ²	De 4 000 a 7 999 m ²	8 000 m ² e mais
Total de Vendas a Grosso	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Produtos Alimentares, Bebidas e Tabaco	68,9%	35,6%	64,6%	81,2%	73,5%	76,2%
Fruta e produtos hortícolas	5,2%	2,8%	5,6%	5,5%	5,3%	6,1%
Carne e produtos à base de carne	6,5%	1,7%	4,3%	5,3%	6,4%	9,8%
Leite e derivados, ovos, azeite, óleos e gorduras alimentares	12,8%	7,1%	11,5%	16,6%	14,8%	12,6%
Açúcar, chocolate e produtos de confeitaria	4,1%	2,0%	4,4%	4,7%	4,6%	4,3%
Café, chá, cacau e especiarias	2,0%	1,2%	2,4%	2,4%	2,0%	2,0%
Bebidas	18,6%	10,7%	18,6%	23,4%	20,4%	18,6%
Tabaco manufacturado	4,6%	3,0%	5,7%	6,8%	3,2%	5,4%
Outros produtos alimentares	15,0%	7,1%	12,2%	16,5%	16,8%	17,3%
Bens de Consumo Doméstico, Excepto Alimentação, Bebidas e Tabaco	16,1%	7,8%	14,7%	12,8%	17,5%	20,5%
Electrodomésticos, material eléctrico para instalação, aparelhos de iluminação, de rádio, de televisão, de vídeo, discos, cassetes, CD, e DVD	2,0%	0,5%	2,3%	0,2%	0,4%	4,9%
Cutelaria, louças em cerâmica e em vidro, papel de parede e produtos de limpeza	5,7%	2,9%	4,6%	5,2%	5,0%	8,2%
Produtos cosméticos, de higiene pessoal, farmacêuticos e similares	3,5%	1,8%	3,7%	5,3%	3,4%	3,6%
Outros bens de consumo doméstico	4,8%	2,7%	4,1%	2,1%	8,7%	3,9%
Máquinas e Equipamentos	7,0%	22,3%	3,7%	1,4%	8,7%	1,8%
Outras Vendas de Produtos	8,0%	34,3%	17,1%	4,6%	0,3%	1,5%



**Metodologia,
Conceitos,
Nomenclaturas
e
Classificações**

METODOLOGIA, CONCEITOS E NOMENCLATURAS

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

Âmbito, periodicidade e recolha

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

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

Definição de UCDR

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

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

Universo de referência

É constituído pelas unidades de dimensão relevante de:

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

Unidade de observação

Unidade Comercial de Dimensão Relevante (UCDR) - estabelecimento.

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

- Comércio a retalho
- Comércio por grosso

Variáveis de Observação/Difusão

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

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

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

A fonte dos dados utilizados no cálculo dos indicadores relacionados com a população residente do Quadro 11 e do Quadro 27 é: INE, Estimativas Provisórias de População Residente Intercensitárias 2007.

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

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

Tratamento de Não Respostas

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

Método de cálculo

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

Remunerações

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

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

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

em que:

REM - Remunerações totais do estabelecimento

NMA – Número de meses de actividade do estabelecimento

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

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

em que:

NPS – Número de pessoas ao serviço por estabelecimento

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

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

em que:

REM – Remuneração total do estabelecimento a imputar

NPS – Número de pessoas ao serviço do estabelecimento a imputar

NMA – Número de meses em actividade do estabelecimento a imputar

Número de transacções

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

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

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

em que:

VV – Volume de Vendas dos estabelecimentos

NT – Número de transacções nos estabelecimentos

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

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

em que:

N_{Te} – Número de transacções do estabelecimento a imputar

V_{Ve} – Volume de Vendas do estabelecimento a imputar

Meios de pagamento

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

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

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

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

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

em que:

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

VV – Volume de Vendas do estabelecimento

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

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

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

em que:

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

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

VV – Volume de Vendas total no estrato

Confidencialidade dos dados

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

Classificações e Nomenclaturas

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

Conceitos Estatísticos

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

- personal ligado à empresa/instituição por um contrato de trabalho, recebendo em contrapartida uma remuneração;
- personal ligado à empresa/instituição, que por não estar vinculado por um contrato de trabalho, não recebe uma remuneração regular pelo tempo trabalhado ou trabalho fornecido (ex.: proprietários-gerentes, familiares não remunerados, membros activos de cooperativas);
- personal com vínculo a outras empresas/instituições que trabalharam na empresa/instituição sendo por esta directamente remunerados;

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

Não são consideradas como pessoal ao serviço as pessoas que:

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

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

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

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

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

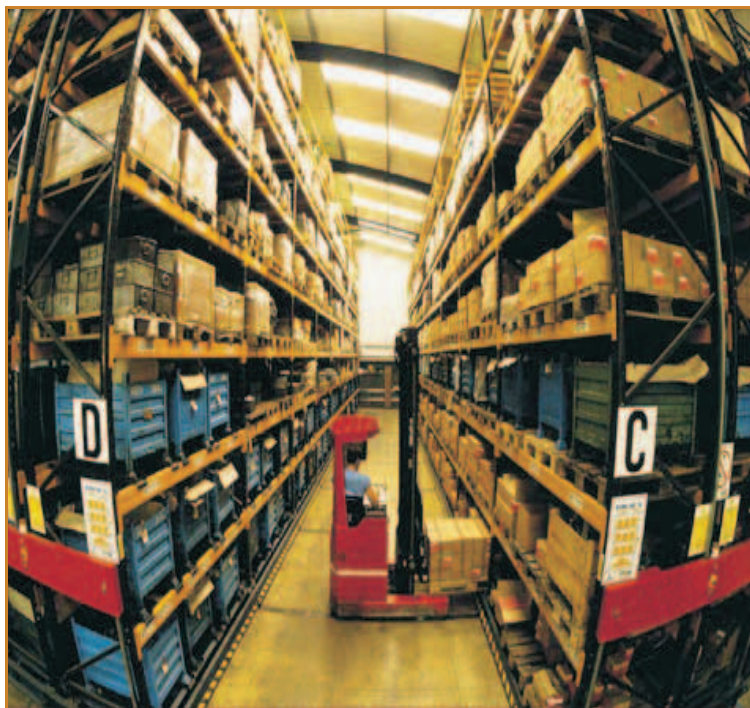
Recebimento em géneros - Bens e serviços obtidos como oferta vinda de entidades ou indivíduos alheios ao agregado, que não tenham por contrapartida qualquer tipo de pagamento monetário nem sejam uma forma de remuneração de trabalho.

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

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

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

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



Instrumentos de Notação

CARACTERIZAÇÃO DOS ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS

2 - IDENTIFICAÇÃO DO ESTABELECIMENTO

(Estabelecimentos não listados)
Nº DE ORDEM:

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

2.1 - Designação do Estabelecimento: _____

2.2 - Morada do Estabelecimento: _____

Código Postal: - Localidade Postal: _____ (a preencher pelo INE)

Distrito: _____ Município: _____ Freguesia: _____

2.3 - Número de Pessoa Colectiva ou Equiparada (NPC):

2.4 - Insignia do Estabelecimento: _____

2.5 - Actividade principal do Estabelecimento (discrimine): _____

CAE-Rev. 2.1 (a preencher pelo INE)

2.6 - Indique o número de meses de actividade do estabelecimento em 2007:

2.7 - Ano de Abertura do Estabelecimento (de resposta obrigatória, caso seja a 1ª vez que responde a este inquérito)

3 - Horário de Funcionamento

	2ª a 5ª Feira	6ª Feira	Sábado	Domingo
3.1 - Abertura	<input style="width: 20px;" type="text"/> h <input style="width: 20px;" type="text"/> m	<input style="width: 20px;" type="text"/> h <input style="width: 20px;" type="text"/> m	<input style="width: 20px;" type="text"/> h <input style="width: 20px;" type="text"/> m	<input style="width: 20px;" type="text"/> h <input style="width: 20px;" type="text"/> m
3.2 - Encerramento	<input style="width: 20px;" type="text"/> h <input style="width: 20px;" type="text"/> m	<input style="width: 20px;" type="text"/> h <input style="width: 20px;" type="text"/> m	<input style="width: 20px;" type="text"/> h <input style="width: 20px;" type="text"/> m	<input style="width: 20px;" type="text"/> h <input style="width: 20px;" type="text"/> m
3.3 - Fecho para almoço (Duração)	<input style="width: 20px;" type="text"/> h <input style="width: 20px;" type="text"/> m	<input style="width: 20px;" type="text"/> h <input style="width: 20px;" type="text"/> m	<input style="width: 20px;" type="text"/> h <input style="width: 20px;" type="text"/> m	<input style="width: 20px;" type="text"/> h <input style="width: 20px;" type="text"/> m
3.4 - Número total de horas que o Estabelecimento esteve aberto ao público, durante o ano de 2006				<input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/>

4 - Pessoal ao Serviço*, Horas Trabalhadas e Remunerações* Ilíquidas em 2007

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

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

Homens (nº)	Mulheres (nº)
<input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> 1	<input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> 2

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

A tempo completo* (nº)	A tempo parcial* (nº)
<input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> 1	<input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> 2

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

A tempo completo* (nº de horas)	A tempo parcial* (nº de horas)	Total (nº de horas)
<input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> 1	<input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> 2	<input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> 3

4.5 - Total de remunerações ilíquidas pagas em 2007 (Conta 642 do POC), por duração do trabalho:

A tempo completo* (Euros)	A tempo parcial* (Euros)	Total (Euros)
<input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> 1	<input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> 2	<input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> 3

5 - Características do Estabelecimento Comercial

5.1 - O Estabelecimento está situado num Centro Comercial* ?	SIM	NÃO
5.2 - O Estabelecimento tem parque de estacionamento* ?	<input style="width: 20px;" type="checkbox"/> 1	<input style="width: 20px;" type="checkbox"/> 2
5.3 - O Estabelecimento tem gestão informatizada* ?	<input style="width: 20px;" type="checkbox"/> 1	<input style="width: 20px;" type="checkbox"/> 2
5.4 - Número de transacções em 2007	<input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/>	
5.5 - Número de caixas de saída / pagamento	<input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/>	
5.6 - O Estabelecimento tem leitura óptica nas caixas de pagamento?	<input style="width: 20px;" type="checkbox"/> 1	<input style="width: 20px;" type="checkbox"/> 2
5.7 - O Estabelecimento tem terminal de pagamento automático ?	<input style="width: 20px;" type="checkbox"/> 1	<input style="width: 20px;" type="checkbox"/> 2

6 - Área do Estabelecimento (De preenchimento obrigatório mesmo que o tenha feito para 2006)	
6.1 - Área Total do Estabelecimento (m ²) (6.1.1 + 6.1.2 + 6.1.3)	<input type="text"/>
6.1.1 - Área de Exposição e Venda*	<input type="text"/>
6.1.2 - Área de Armazém	<input type="text"/>
6.1.3 - Restante Área (Escritórios, etc.).....	<input type="text"/>
7 - Volume de Negócios* realizado em 2007	
	(EUROS)
7.1 - Volume de Negócios (7.1.1 + 7.1.2)	<input type="text"/>
7.1.1 - Vendas a Retalho	<input type="text"/>
7.1.2 - Prestação de Serviços	<input type="text"/>
DISCRIMINAÇÃO	VENDAS A RETALHO (EUROS)
1	2
7.2 - Total de Vendas a Retalho (7.2.1 + 7.2.2)	<input type="text"/>
7.2.1 Produtos alimentares, bebidas e tabaco (7.2.1.01 + 7.2.1.02 + ... + 7.2.1.99)	<input type="text"/>
7.2.1.01 Produtos frescos.....	<input type="text"/>
7.2.1.01.1 Carne e produtos à base de carne, frescos	<input type="text"/>
7.2.1.01.2 Peixe, crustáceos, moluscos e produtos derivados frescos	<input type="text"/>
7.2.1.01.3 Frutas e produtos hortícolas.....	<input type="text"/>
7.2.1.01.4 Refeições e sopas preparadas	<input type="text"/>
7.2.1.01.5 Pão e produtos de pastelaria, frescos.....	<input type="text"/>
7.2.1.02 Produtos congelados	<input type="text"/>
7.2.1.02.1 Carne e produtos à base de carne, congelados	<input type="text"/>
7.2.1.02.2 Peixe, crustáceos, moluscos e produtos derivados, congelados	<input type="text"/>
7.2.1.02.3 Frutas e produtos hortícolas (inclui produtos semi-preparados)	<input type="text"/>
7.2.1.02.4 Refeições, sopas e sobremesas, preparadas ou semi-preparadas	<input type="text"/>
7.2.1.03 Produtos de charcutaria, de conserva, secos, desidratados e liofilizados	<input type="text"/>
7.2.1.03.1 Carne e produtos à base de carne	<input type="text"/>
7.2.1.03.2 Peixe, crustáceos, moluscos e produtos derivados	<input type="text"/>
7.2.1.03.3 Frutas e produtos hortícolas	<input type="text"/>
7.2.1.03.4 Refeições, sopas e sobremesas, preparadas ou semi-preparadas	<input type="text"/>
7.2.1.03.5 Temperos, molhos sal e especiarias	<input type="text"/>
7.2.1.03.9 Outros produtos de charcutaria, de conserva, secos, desidratados ou liofilizados, n.e.	<input type="text"/>
7.2.1.04 Azeite, óleos e gorduras alimentares	<input type="text"/>
7.2.1.05 Arroz, massas, farinhas, outros amidos, batatas fritas, snacks e aperitivos.....	<input type="text"/>
7.2.1.06 Leite, seus derivados e ovos	<input type="text"/>
7.2.1.07 Chás, cafés, cacau, achocolatados em pó e produtos derivados	<input type="text"/>
7.2.1.08 Açúcar, chocolate e produtos de confeitaria	<input type="text"/>
7.2.1.09 Cereais, papas, bolachas, biscoitos, bolos, tostas, pão, mel, compotas, cremes de barrar e outros produtos similares (embalados)	<input type="text"/>
7.2.1.10 Bebidas	<input type="text"/>
7.2.1.10.1 Bebidas não alcoólicas	<input type="text"/>
7.2.1.10.2 Bebidas alcoólicas	<input type="text"/>
7.2.1.11 Tabaco	<input type="text"/>
7.2.1.99 Outros produtos alimentares acima não especificados	<input type="text"/>

7 - Volume de Negócios* realizado em 2007 (Cont.)

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

8 - Do Total de Vendas a Retalho (7.2), discrimine as vendas de Produtos de Marca Própria*		
DISCRIMINAÇÃO	VENDAS A RETALHO	
	VALOR (EUROS)	%
1	2	3
8.1 - Total de Vendas de Produtos de Marca Própria * (8.1.1 + 8.1.2)	<input type="text"/>	<input type="text"/> 1 <input type="text"/> 0 <input type="text"/> 0
8.1.1 Produtos alimentares (8.1.1.1 + ... + 8.1.1.9)	<input type="text"/>	<input type="text"/>
8.1.1.1 Produtos congelados	<input type="text"/>	<input type="text"/>
8.1.1.2 Azeite, óleos e gorduras alimentares	<input type="text"/>	<input type="text"/>
8.1.1.3 Arroz, massas, farinhas, outros amidos, batatas fritas, snacks e aperitivos	<input type="text"/>	<input type="text"/>
8.1.1.4 Leite, seus derivados e ovos	<input type="text"/>	<input type="text"/>
8.1.1.5 Bebidas	<input type="text"/>	<input type="text"/>
8.1.1.9 Outros produtos alimentares	<input type="text"/>	<input type="text"/>
8.1.2 Produtos não alimentares (8.1.2.1 + 8.1.2.2 + 8.1.2.9)	<input type="text"/>	<input type="text"/>
8.1.2.1 Produtos de cosmética, perfumaria e de higiene pessoal, farmacêuticos e médicos ...	<input type="text"/>	<input type="text"/>
8.1.2.2 Produtos de limpeza e similares, para uso doméstico	<input type="text"/>	<input type="text"/>
8.1.2.9 Outros produtos não alimentares	<input type="text"/>	<input type="text"/>
9 - Indique a Percentagem de Vendas a Retalho* (7.2) com pagamento feito por:		
9.1 - Numerário	<input type="text"/>	<input type="text"/> %
9.2 - Cartão de Débito	<input type="text"/>	<input type="text"/> %
9.3 - Cartão de Crédito	<input type="text"/>	<input type="text"/> %
9.4 - Cheque	<input type="text"/>	<input type="text"/> %
9.5 - Outros (inclui cartões de cliente)	<input type="text"/>	<input type="text"/> %

Notas explicativas:

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

6 - Área do Estabelecimento (De preenchimento obrigatório mesmo que o tenha feito para 2006)	
6.1 - Área Total do Estabelecimento (m ²) (6.1.1 + 6.1.2 + 6.1.3)	<input type="text"/>
6.1.1 - Área de Exposição e Venda*	<input type="text"/>
6.1.2 - Área de Armazém	<input type="text"/>
6.1.3 - Restante Área (Escritórios, etc...).....	<input type="text"/>
7 - Volume de Negócios* realizado em 2007	
	(EUROS)
7.1 - Volume de Negócios (7.1.1 + 7.1.2)	<input type="text"/>
7.1.1 - Vendas (7.1.1.1 + 7.1.1.2)	<input type="text"/>
7.1.1.1 - Vendas por Grosso (<i>Repartido em 7.2</i>)	<input type="text"/>
7.1.1.2 - Outras Vendas (a Retalho, etc...)	<input type="text"/>
7.1.2 - Prestação de Serviços	<input type="text"/>
DISCRIMINAÇÃO	VENDAS POR GROSSO
	(EUROS)
1	2
7.2 - Total de Vendas por Grosso (7.2.1 + 7.2.2 + 7.2.3 + 7.2.4 + 7.2.5 + 7.2.6)	<input type="text"/>
7.2.1 Produtos agrícolas brutos e animais vivos	<input type="text"/>
7.2.2 Produtos alimentares, bebidas e tabaco	<input type="text"/>
7.2.2.01 Carne e produtos à base de carne (a)	<input type="text"/>
7.2.2.02 Peixe, crustáceos, moluscos e produtos derivados.....	<input type="text"/>
7.2.2.03 Frutas e produtos hortícolas	<input type="text"/>
7.2.2.04 Produtos de padaria	<input type="text"/>
7.2.2.05 Açúcar, chocolate e produtos de confeitaria (b).....	<input type="text"/>
7.2.2.06 Azeite, óleos e gorduras alimentares	<input type="text"/>
7.2.2.07 Arroz, massas, farinhas, outros amidos, batatas fritas, snacks e aperitivos	<input type="text"/>
7.2.2.08 Leite, seus derivados e ovos	<input type="text"/>
7.2.2.09 Café, chá, cacau e especiarias	<input type="text"/>
7.2.2.10 Cereais, papas, bolachas, biscoitos, bolos, mel, compotas, cremes de barrar e outros produtos similares (embalados).....	<input type="text"/>
7.2.2.11 Bebidas não alcoólicas	<input type="text"/>
7.2.2.12 Bebidas alcoólicas	<input type="text"/>
7.2.2.13 Alimentos para animais de estimação.....	<input type="text"/>
7.2.2.14 Tabaco manufacturado.....	<input type="text"/>
7.2.2.99 Outros produtos alimentares acima não especificados (c).....	<input type="text"/>
7.2.3 Bens de consumo doméstico, excepto alimentação, bebidas e tabaco	<input type="text"/>
7.2.3.01 Perfumes, cosméticos e produtos de higiene pessoal	<input type="text"/>
7.2.3.02 Produtos farmacêuticos (d).....	<input type="text"/>
7.2.3.03 Vestuário e acessórios de vestuário	<input type="text"/>
7.2.3.04 Calçado	<input type="text"/>
7.2.3.05 Produtos de limpeza e similares para uso doméstico (e).....	<input type="text"/>
7.2.3.06 Mobiliário e bens de equipamento para o lar (f)	<input type="text"/>
7.2.3.07 Cutelaria, louças em cerâmica e em vidro, papel de parede	<input type="text"/>
7.2.3.08 Têxteis para vestuário e uso doméstico e artigos de retrosaria	<input type="text"/>
7.2.3.09 Electrodomésticos, material eléctrico para instalação, aparelhos de iluminação, de rádio de televisão, de vídeo, discos, cassetes, CD e DVD (g)	<input type="text"/>
7.2.3.09.1 Electrodomésticos, material eléctrico para instalação, aparelhos de iluminação ...	<input type="text"/>
7.2.3.09.2 Aparelhos de rádio, televisão, vídeo, discos, cassetes, CD e DVD (g)	<input type="text"/>
7.2.3.10 Livros, jornais, revistas e artigos de papelaria	<input type="text"/>
7.2.3.11 Brinquedos e jogos	<input type="text"/>
7.2.3.12 Artigos de desporto (h)	<input type="text"/>
7.2.3.99 Outros bens de consumo doméstico	<input type="text"/>

7 - Volume de Negócios* realizado em 2007 (Cont.)		VENDAS POR GROSSO							
DISCRIMINAÇÃO		(EUROS)							
1		2							
7.2.4 Bens intermédios não agrícolas								
7.2.4.01	Mat. de construção e equip. sanitários, madeira em bruto e produtos derivados								
7.2.4.02	Ferragens, ferramentas, artigos para canalizações								
7.2.4.03	Produtos químicos, adubos, produtos agro-químicos, resinas sintéticas								
7.2.4.09	Outros bens intermédios não agrícolas, desperdícios e sucatas								
7.2.5 Máquinas e equipamentos								
7.2.5.01	Máquinas-ferramentas								
7.2.5.02	Máquinas e equipamentos para a indústria extractiva, construção civil e engenharia civil								
7.2.5.03	Máq. agrícolas e seus acessórios, máq. e equip. para a indústria, comércio e navegação								
7.2.5.04	Computadores, equipamentos periféricos e programas informáticos								
7.2.5.09	Outras máquinas e equip. de escritório (i) e máq. para a indústria têxtil e vestuário								
7.2.6 Outros produtos n. e.								

8 - Do Total de Vendas (7.2), discrimine as vendas de Produtos de Marca Própria*		
DISCRIMINAÇÃO	VENDAS POR GROSSO	
	VALOR (EUROS)	%
1	2	3
8.1 - Total de Vendas de Produtos de Marca Própria* (8.1.1 + 8.1.2 + 8.1.3 + 8.1.4 + 8.1.5 + 8.1.6)		1 0 0
8.1.1 Produtos agrícolas brutos e animais vivos		
8.1.2 Produtos alimentares, bebidas e tabaco		
8.1.3 Bens de consumo doméstico, excepto alimentação, bebidas e tabaco		
8.1.4 Bens intermédios não agrícolas		
8.1.5 Máquinas e equipamentos		
8.1.6 Outros produtos n.e.		

9 - Indique a Percentagem de Vendas por Grosso* (7.2) com pagamento feito por:	
9.1 - Numerário %
9.2 - Cartão de Débito %
9.3 - Cartão de Crédito %
9.4 - Cheque %
9.5 - Outros (inclui cartões de cliente) %

Notas explicativas:

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