



INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA

PORTUGAL

ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS

(com área de exposição e venda igual ou superior a 2 000m²)

PRINCIPAIS RESULTADOS

1994

Catálogo recomendada

ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS. Lisboa, 1995-
Estabelecimentos comerciais / ed. Instituto Nacional de Estatística. - 1993- . - Lisboa : I.N.E., 1995- . - 30 cm
Anual
ISSN 0872-9611

Director

Presidente do Conselho de Administração
C. Corrêa Gago

Editor

Instituto Nacional de Estatística

Sede

Av. António José de Almeida
1000 LISBOA
Telefone: (01) 847 00 50
Telex: 63738 PCDINE P
Fax: (01) 847 85 78

Composto

INE - Dep. Estatísticas dos Serviços

Impressão

INE - Secção de Reprografia

Tiragem: 470 exemplares

Depósito legal n.º 80319/94

Preço: 1 000\$00 (IVA incluído)

SINAIS CONVENCIONAIS

... Dado confidencial

- Resultado nulo

SIGLAS

Esc. - Escudos

Nº. - Número

NUTS II - Nomenclatura das unidades territoriais para fins estatísticos (nível II)

TÉCNICOS A CONTACTAR

Teresa Silvestre - Ext. 1291

José Miranda - Ext. 1291

ÍNDICE

1. NOTA INTRODUTÓRIA.....	2
2. NOTA METODOLÓGICA	3
2.1. FICHEIRO DE LANÇAMENTO	3
2.2. QUESTIONÁRIO UTILIZADO	3
2.3. ÂMBITO GEOGRÁFICO.....	4
2.4. PROCESSO DE RECOLHA	4
2.5. CONCEITOS	4
3. ANÁLISE DE RESULTADOS	7
3.1. DADOS DOS ESTABELECIMENTOS	7
3.1.1. LOCALIZAÇÃO GEOGRÁFICA.....	7
3.1.2. SUPERFÍCIE DE EXPOSIÇÃO E VENDA.....	7
3.1.3. PESSOAL AO SERVIÇO.....	8
3.2. DADOS ECONÓMICOS.....	10
3.2.1. REMUNERAÇÕES COM O PESSOAL.....	10
3.2.2. VOLUME DE VENDAS E MODALIDADES DE PAGAMENTO.....	11
3.2.3. VOLUME DE VENDAS POR PRODUTOS	13
3.3. OUTRAS CARACTERÍSTICAS DOS ESTABELECIMENTOS	16
4. INFORMAÇÃO ESTATÍSTICA DISPONÍVEL NÃO PUBLICADA.....	19

1. NOTA INTRODUTÓRIA

A presente publicação tem como objectivo dar a conhecer os resultados do Inquérito aos Estabelecimentos Comerciais - 1994, referentes às empresas classificadas na actividade 620110 “Supermercados e Hipermercados Grandes Superfícies de Venda com predominio dos Produtos Alimentares”, da Classificação das Actividades Económicas (CAE / 1973), com superfície de exposição e venda igual ou superior a 2 000 m².

Os restantes resultados do Inquérito aos Estabelecimentos Comerciais - 1994, relativos aos estabelecimentos comerciais das empresas classificadas como Comércio por Grosso ou Comércio a Retalho e com superfície de exposição e venda (S.E.V.) igual ou superior a 200 m², serão divulgados oportunamente.

No sentido de um maior aprofundamento da informação agora disponibilizada, estruturou-se esta publicação por forma a permitir uma comparação com os resultados relativos a 1993, em algumas variáveis. Numa primeira parte apresenta-se a metodologia e conceitos utilizados e na segunda a análise dos resultados e respectivos quadros.

Aproveita-se para agradecer a colaboração de todas as entidades que prontamente responderam ao questionário enviado, e que desse modo possibilitaram a disponibilização da informação. Agradece-se, ainda, o apoio das entidades que colaboraram na reformulação do questionário, esperando poder continuar a contar com o seu apoio na análise e crítica dos resultados agora publicados.

2. NOTA METODOLÓGICA

2.1. FICHEIRO DE LANÇAMENTO

Para a definição do conjunto de empresas a inquirir, foram utilizadas as seguintes fontes de informação:

- O ficheiro de respostas do Inquérito aos Estabelecimentos Comerciais - 1993.
- Listagem da Direcção Geral de Concorrência e Preços (“Listagem de hipermercados retalhistas alimentares”) actualizada a Dezembro de 1994.

Foram consideradas para inquirição todas as empresas que obedeciam, simultaneamente, aos seguintes aspectos:

1. Empresas classificadas na CAE 620110;
2. Empresas com pelo menos um estabelecimento com superfície de exposição e venda igual ou superior a 2000m².

Deste modo foram expedidos 12 questionários, tendo sido apurados os dados correspondentes a 46 estabelecimentos.

2.2. QUESTIONÁRIO UTILIZADO

O questionário que serviu de suporte a este projecto sofreu algumas alterações relativamente ao do ano anterior, sem modificar a sua estrutura (permitindo assim análises comparativas para algumas variáveis), mas de aprofundamento de alguns quesitos como sejam:

- as questões relativas ao “Volume de Vendas” e “Pessoal ao Serviço” e de classificação em CAE Rev. 2 das empresas;
- as variáveis “Pessoal Dirigente” e “Remunerações do Pessoal Dirigente” dos estabelecimentos;
- a introdução de dois novos escalões de superfície de exposição e venda ;

- maior desagregação dos produtos comercializados de acordo com a CAE Rev.2 e CNBS (Classificação Nacional de Bens e Serviços);
- maior detalhe do tipo de outras receitas dos estabelecimentos das quais Comércio por Grosso.

2.3. ÂMBITO GEOGRÁFICO

Só foram consideradas as empresas cuja sede se localizava no Continente.

2.4. PROCESSO DE RECOLHA

A unidade estatística inquirida foi a empresa, sendo os resultados apurados pela actividade principal dos estabelecimentos.

A expedição do inquérito foi efectuada por via postal no início de Abril, tendo decorrido a recolha da informação até Julho de 1995.

No final da 5ª. semana após a expedição, foi efectuada uma insistência (envio de uma segunda via do questionário) às empresas não respondentes, sendo posteriormente efectuados contactos pessoais com vista à obtenção da informação e/ou ao esclarecimento de eventuais dúvidas no preenchimento do questionário.

2.5. CONCEITOS

Para melhor esclarecimento do leitor importa referir os principais conceitos usados neste inquérito:

Actividade Principal

Entende-se por actividade principal a de maior importância, medida pelo valor a preços de venda dos produtos vendidos ou fabricados e dos serviços prestados durante o ano a que o inquérito respeita. Na impossibilidade de determinação de qual das actividades exercidas tem maior volume de vendas, considera-se como principal a que ocupa com carácter de permanência maior número de trabalhadores.

Centro Comercial

Conjunto de estabelecimentos de venda a retalho e de serviços, situados num mesmo edifício, concebido, realizado, organizado e gerido como uma unidade.

Cliente

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

Estabelecimento Comercial

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

Método Principal de Venda : Auto - Serviço

Consideram - se os estabelecimentos que realizam 50 % ou mais do volume de vendas em regime de livre serviço, ou seja, em que o comprador escolhe os produtos sem intervenção de um vendedor, transportando-os e fazendo o seu pagamento nas caixas de saída.

Outro Pessoal

Trabalhadores ligados à empresa comercial por um contrato de trabalho, isto é, o pessoal de escritório, os contramestres, mestres, quadros administrativos, técnicos superiores, pessoal de comércio e operários.

Parque de Estacionamento

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

Pessoal Dirigente

Pessoal que define a política geral da empresa ou exerce uma função consultiva na organização da mesma. Deverão ser incluídos neste item os administradores e directores de 1ª linha (director financeiro, director comercial, director de produção, etc.). Serão excluídas as pessoas que, embora tenham essas funções, apenas recebem "senhas de presença".

Pessoal Não Remunerado

Os indivíduos que participam efectivamente na actividade da empresa sem receberem uma remuneração regular, isto é, uma soma fixa a troco do seu trabalho.

Pessoal Remunerado

Pessoal que participa efectivamente na actividade da empresa / estabelecimento, recebendo por este facto uma soma fixa prédeterminada em dinheiro e / ou em géneros (as remunerações em géneros são avaliadas pelo valor de mercado desses géneros).

Pessoal ao Serviço

Número médio de pessoas ao serviço da empresa durante o ano. Para a sua determinação utilizou-se a seguinte fórmula :

$$\frac{\text{Somatório do pessoal ao serviço na última semana completa de cada mês (Nº médio de pessoas)}}{\text{Número de meses de actividade da empresa}}$$

Pessoal a Tempo Completo

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

Pessoal a Tempo Parcial

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

Remunerações

Compreende o montante líquido (antes da dedução de quaisquer descontos) em dinheiro e / ou géneros, pagos anualmente pela empresa / estabelecimento com carácter regular, ao total de pessoas ao serviço.

Superfície de Exposição e Venda (S.E.V.)

Área dos estabelecimentos destinada a exposição e venda dos produtos. A área ocupada pelos escritórios, serviços administrativos e outros espaços não ligados directamente a exposição e venda, deve ser excluída.

Volume de Vendas

Inclui o valor total da facturação, com exclusão do I.V.A., realizado pela empresa durante o ano indicado, correspondente à venda de mercadorias, produtos acabados e intermédios, subprodutos, desperdícios, resíduos e refugos (contas POC 711, 712 e 713) e à prestação de serviços a terceiros (contas POC 721, 722 e 723). Ao valor da facturação, são deduzidas as devoluções, descontos e abatimentos (contas POC 717, 718 e 728), sendo consideradas todas as outras taxas, encargos ou despesas que recaiam sobre os produtos e que foram imputados ao cliente, ainda que facturados separadamente. Não são considerados os subsídios de exploração ou quaisquer receitas provenientes da venda de imobilizado.

3. ANÁLISE DE RESULTADOS

3.1. DADOS DOS ESTABELECIMENTOS

3.1.1. LOCALIZAÇÃO GEOGRÁFICA

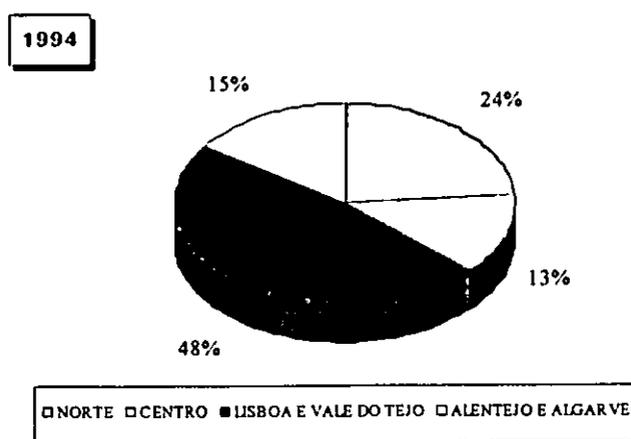
Em Dezembro de 1994, estavam em actividade 46 estabelecimentos com superfície de exposição e venda igual ou superior a 2 000m², de acordo com os resultados do Inquérito às “Grandes Superfícies Retalhistas Alimentares”.

Saliente-se o facto de que destes 46 estabelecimentos referidos apenas 40 estiveram activos durante os 12 meses de 1994, pelo que na análise nos referiremos apenas a estes estabelecimentos quando abordarmos algumas variáveis económicas sensíveis ao número de meses de actividade.

Por regiões, era a seguinte a distribuição dos estabelecimentos em 1994:

Gráfico 1

DISTRIBUIÇÃO DOS ESTABELECIMENTOS POR NUTS II



Note-se a maior concentração de estabelecimentos na região de Lisboa e Vale do Tejo (48% do total), cujo crescimento relativo foi de 38% quando comparado com o ano anterior.

3.1.2. SUPERFÍCIE DE EXPOSIÇÃO E VENDA

As maiores superfícies (8 000 m² e mais) concentravam-se nas regiões de Lisboa e Vale do Tejo e Norte onde estavam localizados 11 dos 13 estabelecimentos existentes.

QUADRO 1

DISTRIBUIÇÃO DOS ESTABELECIMENTOS POR NUTS II SEGUNDO OS ESCALÕES DE SUPERFÍCIE DE EXPOSIÇÃO E VENDA

NUTS II	ESCALÕES DE SUPERFÍCIE DE EXPOSIÇÃO E VENDA				
	TOTAL	2000 a 2499 m ²	2500 a 3999 m ²	4000 a 7999 m ²	8000 m ² e MAIS
1	2	3	4	5	6
CONTINENTE	46	18	9	6	13
NORTE	11	3	3	-	5
CENTRO	6	1	1	2	2
LISBOA E VALE DO TEJO	22	10	2	4	6
ALENTEJO E ALGARVE	7	4	3	-	-

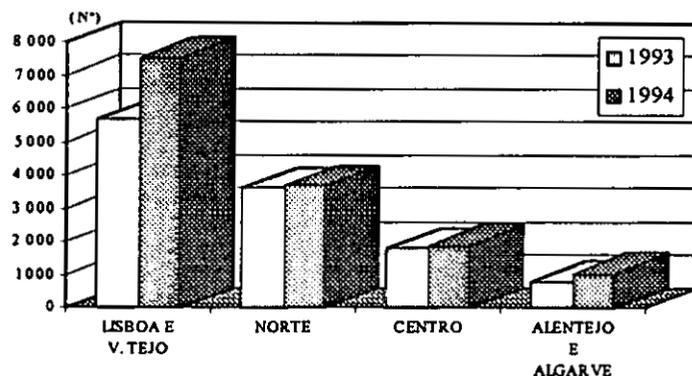
3.1.3. PESSOAL AO SERVIÇO

Em relação ao pessoal ao serviço, verifica-se que os estabelecimentos empregavam, em 1994, 14 235 trabalhadores (na sua totalidade remunerados) correspondendo a um crescimento de cerca de 16% relativamente a 1993.

Numa óptica regional podemos constatar, através do gráfico 2, que Lisboa e Vale do Tejo e Alentejo e Algarve foram as regiões onde houve um maior aumento de pessoal ao serviço (32% e 30% respectivamente) quando comparados com o ano anterior, tendo este indicador mantido o seu valor na região Norte.

Gráfico 2

DISTRIBUIÇÃO DO PESSOAL AO SERVIÇO REMUNERADO POR NUTS II



Por escalões de superfície de exposição e venda e da análise do quadro 2, verifica-se que o último escalão, em 1994, concentrava o maior número de pessoas ao serviço (cerca de 55% de Pessoal ao Serviço, apesar destes estabelecimentos só representarem 28 % do total), empregando cada estabelecimento com superfície de exposição e venda superior ou igual a 8 000 m², em média, 599 pessoas.

QUADRO 2

DISTRIBUIÇÃO DO PESSOAL AO SERVIÇO POR ESCALÕES DE SUPERFÍCIE DE EXPOSIÇÃO E VENDA SEGUNDO O HORÁRIO LABORAL

(Nº)

1994

ESCALÕES DE SUPERFÍCIE DE EXPOSIÇÃO E VENDA	PESSOAL AO SERVIÇO					Nº MÉDIO DE PESSOAS AO SERVIÇO
	TOTAL	TEMPO COMPLETO	(%)	TEMPO PARCIAL	(%)	
1	2	3	4	5	6	7
TOTAL	14 235	10 024	70%	4 211	30%	309
2000 a 2499 m²	2 537	1 617	64%	920	36%	141
2500 a 3999 m²	1 828	1 245	68%	583	32%	203
4000 a 7999 m²	2 081	1 787	86%	294	14%	347
8000 m² e MAIS	7 789	5 375	69%	2 414	31%	599

Em termos globais, relativamente a 1993, o número médio de pessoas ao serviço por estabelecimento (309 pessoas) teve um decréscimo de cerca de 10%, sendo este determinado pelas variações ocorridas no número de pessoas ao serviço nos estabelecimentos com superfície de exposição e venda compreendida entre 2 000 e 2 499 m² (crescimento de aproximadamente 16 % em termos médios) e pelo decréscimo de cerca de 25 % no número médio de pessoas ao serviço dos estabelecimentos com superfície de exposição e venda igual ou superior a 2 500 m² e inferior a 7 999 m².

Da totalidade do pessoal ao serviço destes estabelecimentos, 70% eram trabalhadores a tempo completo, valor inferior a 1993 em que o pessoal enquadrado neste regime laboral representava cerca de 74% do pessoal ao serviço total.

Em média cada estabelecimento empregava, em 1994, 92 pessoas a tempo parcial, o que representa um crescimento de 3% relativamente ao mesmo número médio de 1993, sendo os estabelecimentos com superfície de exposição e venda compreendida entre os 2000 e os 2499 m² os que detinham a maior percentagem de pessoas nessa situação.

Por regiões a de Lisboa e Vale do Tejo, com cerca de 48% dos estabelecimentos, concentrava 53% do pessoal ao serviço, o que se pode relacionar com o facto de cerca de metade (46%) dos estabelecimentos com maior superfície se localizarem nesta região (vide quadro 1).

Pelo quadro 3, podemos verificar que as regiões do Alentejo e Algarve continuaram a empregar menor número médio de pessoas: valores de 166 em 1993, diminuindo para 155 em 1994 (cerca de -7% de variação).

QUADRO 3

DISTRIBUIÇÃO DO PESSOAL AO SERVIÇO POR NUTS II SEGUNDO O HORÁRIO LABORAL

NUTS II	PESSOAL AO SERVIÇO					Nº MÉDIO DE PESSOAS AO SERVIÇO
	TOTAL	TEMPO COMPLETO	(%)	TEMPO PARCIAL	(%)	
1	2	3	4	5	6	7
CONTINENTE	14 235	10 024	70%	4 211	30%	309
NORTE	3 690	2 430	66%	1 260	34%	335
CENTRO	1 928	1 380	72%	548	28%	321
LISBOA E VALE DO TEJO	7 533	5 448	72%	2 085	28%	342
ALENTEJO E ALGARVE	1 084	766	71%	318	29%	155

Registe-se, no entanto, o significado relativo do número de pessoas a tempo parcial na região norte (34% do total do pessoal ao serviço), tendo o número médio de pessoas ao serviço neste horário laboral aumentado cerca de 13% relativamente a 1993.

3. 2. DADOS ECONÓMICOS

3. 2. 1. REMUNERAÇÕES COM O PESSOAL

Para o conjunto dos estabelecimentos em actividade em Dezembro de 1994 (46 estabelecimentos) o montante de remunerações ilíquidas pagas foi de 21 424 436 milhares de escudos.

Efectuando uma análise do número de meses de actividade de cada estabelecimento, mas considerando apenas os que estiveram abertos durante todo o ano (40 estabelecimentos), verificou-se que, em média, cada estabelecimento gastou cerca de 521 milhares de contos em remunerações.

A remuneração média mensal por pessoa ao serviço (Quadro 4) era de cerca de 118 milhares de escudos em 1994, sendo as regiões de Lisboa e Vale do Tejo e Alentejo e Algarve as que apresentavam os valores extremos da distribuição desta remuneração média mensal com 124 contos e 74 contos, respectivamente. Para a interpretação destes valores, chama-se a atenção para a influência que o número de trabalhadores a tempo parcial poderá ter neste indicador.

QUADRO 4

REMUNERAÇÕES¹ POR NUTS II

1994

NUTS II	N.º DE ESTABELECIMENTOS	REMUNERAÇÕES TOTAIS (1000 Esc.)	REMUNERAÇÃO MÉDIA MENSAL (1000 Esc.)
1	2	3	4
CONTINENTE	40	20 847 040	118
NORTE	10	5 823 233	117
CENTRO	5	3 021 749	123
LISBOA E VALE DO TEJO	18	10 878 005	124
ALENTEJO E ALGARVE	7	1 124 053	74

Por escalões de superfície de exposição e venda, constatou-se que as pessoas empregadas nos estabelecimentos com 8 000 m² e mais, auferiam a maior remuneração (em média 133 milhares de escudos/mês), situando-se este valor acima da média global (mais 13%). Pelo contrário, as pessoas ao serviço nos estabelecimentos de menor superfície eram as que auferiam menor remuneração ilíquida mensal, como se pode verificar no quadro 5.

QUADRO 5

REMUNERAÇÕES¹ POR ESCALÕES DE SUPERFÍCIE DE EXPOSIÇÃO E VENDA

1994

ESCALÕES DE SUPERFÍCIE DE EXPOSIÇÃO E VENDA	N.º DE ESTABELECIMENTOS	REMUNERAÇÕES TOTAIS (1000 Esc.)	REMUNERAÇÃO MÉDIA MENSAL (1000 Esc.)
1	2	3	4
TOTAL	40	20 847 040	118
2000 a 2499 m ²	14	2 258 898	83
2500 a 3999 m ²	9	2 253 908	88
4000 a 7999 m ²	5	3 286 345	127
8000 m ² e MAIS	12	13 047 889	133

¹ Considerando apenas os estabelecimentos que estiveram abertos todos os meses de 1994.

3. 2.2. VOLUME DE VENDAS E MODALIDADES DE PAGAMENTO

O meio de pagamento preferencial utilizado pelos clientes foi o numerário (44%), sendo este maioritariamente utilizado nos estabelecimentos de menor dimensão.

QUADRO 6

MEIO DE PAGAMENTO POR ESCALÕES DE SUPERFÍCIE DE EXPOSIÇÃO E VENDA

(%) 1994

ESCALÕES DE SUPERFÍCIE DE EXPOSIÇÃO E VENDA	MEIO DE PAGAMENTO					
	TOTAL	CARTÃO DE CRÉDITO	CARTÃO DE DÉBITO	CHEQUE	NUMERÁRIO	OUTROS
1	2	3	4	5	6	7
TOTAL	100	10	28	17	44	1
2000 a 2499 m ²	100	5	21	12	62	1
2500 a 3999 m ²	100	4	23	14	57	1
4000 a 7999 m ²	100	9	28	13	47	3
8000 m ² e MAIS	100	12	29	19	39	1

NOTA: Por questões de arredondamento o total pode não corresponder à soma das parcelas indicadas

Outro meio de pagamento que reuniu a preferência dos clientes foi o cartão de débito, responsável por cerca de 28% do volume de vendas total transaccionado em 1994.

A utilização de cartão de crédito (10% das vendas totais) foi efectuada predominantemente nas regiões Lisboa e Vale do Tejo e região Norte com 16% e 7%, respectivamente, sendo a sua utilização tanto maior quanto mais elevada a superfície de exposição e venda.

A distribuição do volume de vendas por estabelecimento segundo a sua dimensão e por NUTS II é a apresentada no quadro 7, sendo de sublinhar o facto de cerca de 51 % do volume de vendas total ter sido efectuado pelos estabelecimentos localizados na região de Lisboa e Vale do Tejo.

QUADRO 7

DISTRIBUIÇÃO DO VOLUME DE VENDAS POR ESCALÕES DE SUPERFÍCIE DE EXPOSIÇÃO E VENDA, SEGUNDO A NUTS II

(1000 Esc.) 1994

ESCALÕES DE SUPERFÍCIE DE EXPOSIÇÃO E VENDA	CONTINENTE	NUTS II			
		NORTE	CENTRO	LISBOA E VALE DO TEJO	ALENTEJO E ALGARVE
1	2	3	4	5	6
TOTAL	449 612 938	134 436 754	58 608 540	228 067 716	28 499 928
2000 a 2499 m ²	...	7 332 402	...	23 807 784	16 564 267
2500 a 7999 m ² ^(a)	102 430 289	11 148 870	23 670 589	55 675 169	11 935 661
8000 m ² e MAIS	...	115 955 482	...	148 584 763	-

(a) Escalões agrupados para 2 500 - 7 999 m² por razões de segredo estatístico

Na região de Lisboa e Vale do Tejo concentravam-se os valores extremos da média¹ do volume de vendas por estabelecimento: no escalão de 2 000 a 2 499 m² de superfície de exposição e venda, foram realizados 2 824 014 milhares de escudos sendo este montante de 29 259 445 mil escudos no escalão de superfície de exposição e venda maior.

QUADRO 8

DISTRIBUIÇÃO DO VOLUME DE VENDAS MÉDIO¹ POR ESTABELECIMENTO SEGUNDO OS ESCALÕES DE SUPERFÍCIE DE EXPOSIÇÃO E VENDA E A NUTS II

(1000Esc.) 1994

ESCALÕES DE SUPERFÍCIE DE EXPOSIÇÃO E VENDA	CONTINENTE	NUTS II			
		NORTE	CENTRO	LISBOA E VALE DO TEJO	ALENTEJO E ALGARVE
1	2	3	4	5	6
TOTAL	11 069 492	130 302 115	11 409 618	12 456 140	4 071 418
2000 a 2499 m ²	3 219 513	2 958 399	-	2 824 014	4 141 067
2500 a 3999 m ²	4 566 286	3 716 290	5 425 128	6 293 456	3 978 554
4000 a 7999 m ²	12 195 944	-	9 122 731	14 244 753	-
8000 m ² e MAIS	24 635 851	23 191 096	16 688 750	29 259 445	-

¹ Considerando apenas os estabelecimentos que estiveram abertos todos os meses de 1994.

3.2.3. VOLUME DE VENDAS POR PRODUTOS

Na desagregação do volume de vendas por produtos, os dados apresentados para a totalidade dos estabelecimentos, permitem-nos concluir que quanto maior o escalão de superfície de exposição e venda, menor o volume de vendas de produtos alimentares no total das vendas a retalho.

QUADRO 9

REPARTIÇÃO DO VOLUME DE VENDAS POR GRANDES GRUPOS
SEGUNDO OS ESCALÕES DE SUPERFÍCIE DE EXPOSIÇÃO E VENDA

(%) 1994

GRUPOS DE PRODUTOS	TOTAL	ESCALÕES DE SUPERFÍCIE DE EXPOSIÇÃO E VENDA			
		2000 a 2499 m ²	2500 a 3999 m ²	4000 a 7999 m ²	8000 m ² e Mais
1	2	3	4	5	6
TOTAL DE VENDAS A RETALHO	100%	100%	100%	100%	100%
PRODUTOS ALIMENTARES, BEBIDAS E TABACO	58%	67%	64%	69%	54%
PRODUTOS FARMACÊUTICOS, MÉDICOS, COSMÉTICOS E DE HIGIENE	11%	10%	11%	6%	12%
OUTROS PRODUTOS	30%	22%	24%	25%	33%
ARTIGOS EM 2ª MÃO	0%	0%	0%	0%	0%
REPARAÇÃO DE BENS PESSOAIS E DOMÉSTICOS	0%	0%	0%	0%	0%
COMÉRCIO, MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE VEÍC. AUTOMÓVEIS E COMB. PARA VEÍCULOS	1%	1%	1%	0%	1%
OUTRAS RECEITAS	0%	0%	0%	0%	0%

NOTA: Por questões de arredondamento o total pode não corresponder à soma das parcelas indicadas

QUADRO 10

REPARTIÇÃO DO VOLUME DE VENDAS POR GRANDES GRUPOS
SEGUNDO A NUTS II

(%) 1994

GRUPOS DE PRODUTOS	CONTINENTE	NUTS II			
		NORTE	CENTRO	LISBOA E V. TEJO	ALENTEJO E ALGARVE
1	2	3	4	5	6
TOTAL DE VENDAS A RETALHO	100%	100%	100%	100%	100%
PRODUTOS ALIMENTARES, BEBIDAS E TABACO	58%	59%	57%	58%	63%
PRODUTOS FARMACÊUTICOS, MÉDICOS, COSMÉTICOS E DE HIGIENE	11%	11%	9%	11%	10%
OUTROS PRODUTOS	30%	29%	33%	30%	25%
ARTIGOS EM 2ª MÃO	0%	0%	0%	0%	0%
REPARAÇÃO DE BENS PESSOAIS E DOMÉSTICOS	0%	0%	0%	0%	0%
COMÉRCIO, MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE VEÍC. AUTOMÓVEIS E COMB. PARA VEÍCULOS	1%	1%	1%	1%	1%
OUTRAS RECEITAS	0%	0%	0%	0%	0%

Segundo a informação contida no quadro 10, podemos observar a importância relativa dos “Produtos Farmacêuticos, Médicos, Cosméticos e de Higiene” no total das vendas a retalho cuja estrutura se manteve, em cada uma das regiões, comparativamente a 1993.

As regiões do Alentejo e Algarve apresentavam maior percentagem do volume de vendas de produtos alimentares no total do volume de vendas.

QUADRO 11

REPARTIÇÃO DO VOLUME DE VENDAS POR PRODUTOS, SEGUNDO OS ESCALÕES DE SUPERFÍCIE DE EXPOSIÇÃO E VENDA

(%) 1994

ACTIVIDADE PRINCIPAL	TOTAL	ESCALÕES DE SUPERFÍCIE			
		2000 a 2499 m ²	2500 a 3999 m ²	4000 a 7999 m ²	8000 m ² e Mais
1	2	3	4	5	6
VENDAS A RETALHO	100%	100%	100%	100%	100%
PRODUTOS ALIMENTARES, BEBIDAS E TABACO	58%	67%	64%	69%	54%
Frutas e produtos hortícolas	4%	6%	6%	5%	4%
Carnes e produtos à base de carne	9%	12%	10%	12%	8%
Peixes, Crustáceos e Moluscos	5%	5%	6%	7%	4%
Pão, produtos de pasteleria e confeitaria	2%	3%	3%	2%	1%
Bebidas	8%	9%	9%	9%	8%
Tabaco	0%	0%	0%	0%	0%
Leite e derivados	9%	12%	11%	6%	9%
Outros produtos alimentares não especificados	21%	21%	19%	29%	20%
PRODUTOS FARMACÊUTICOS, MÉDICOS, COSMÉTICOS E DE HIGIENE	11%	10%	11%	6%	12%
Produtos farmacêuticos	0%	0%	0%	0%	0%
Artigos médicos e ortopédicos	0%	0%	0%	0%	0%
Produtos cosméticos e de higiene	11%	10%	11%	6%	12%
OUTROS PRODUTOS	30%	22%	25%	24%	33%
Têxteis	1%	1%	1%	0%	1%
Vestuário	5%	4%	5%	4%	5%
Vestuário para adultos	3%	3%	4%	2%	3%
Vestuário para crianças	2%	1%	2%	2%	2%
Calçado e artigos de couro	1%	1%	1%	1%	1%
Calçado	1%	1%	1%	0%	1%
Mobiliário e artigos de iluminação	1%	1%	1%	1%	1%
Louças, cutelaria e outros artigos similares para uso doméstico	4%	3%	3%	5%	4%
Têxteis para o lar	1%	1%	1%	0%	1%
Outros artigos para o lar n.e.	0%	2%	0%	0%	0%
Electrodomésticos, aparelhos de rádio, televisão e vídeo	6%	4%	3%	4%	6%
Instrumentos musicais, discos, cassetes e produtos similares	1%	1%	1%	1%	2%
Ferragens e vidro plano	0%	0%	0%	0%	0%
Tintas, vernizes e produtos similares	0%	0%	0%	0%	1%
Material de bricolage, equip. sanitário ladrilhos e materiais similares	2%	1%	1%	1%	2%

(continua)

(continuação)

1994

ACTIVIDADE PRINCIPAL	TOTAL	ESCALÕES DE SUPERFÍCIE			
		2000 a 2499 m ²	2500 a 3999 m ²	4000 a 7999 m ²	8000 m ² e Mais
1	2	3	4	5	6
Livros, jornais e artigos de papelaria	2%	1%	1%	2%	2%
Livros	1%	0%	0%	1%	1%
Máquinas, mat. Informático e outro material para escritório	1%	0%	1%	0%	1%
Material Informático	0%	0%	0%	0%	0%
Mat. óptico, fotográfico, cinematográfico e Instrumentos de precisão	0%	0%	0%	1%	0%
Relógios e artigos de ourivesaria	0%	0%	0%	0%	0%
Brinquedos e jogos	1%	1%	1%	1%	1%
Artigos desporto, campismo, caça e lazer	1%	1%	1%	1%	1%
Flores, plantas e sementes para jardim	1%	0%	1%	2%	1%
Combustíveis para uso doméstico	0%	0%	0%	0%	0%
Outros produtos não especificados	1%	1%	1%	1%	1%
ARTIGOS EM 2ª MÃO	0%	0%	0%	0%	0%
Artigos em 2ª mão	0%	0%	0%	0%	0%
REPARAÇÃO DE BENS PESSOAIS E DOMÉSTICOS	0%	0%	0%	0%	0%
Reparação de calçado e outros art. couro	0%	0%	0%	0%	0%
Reparação de electrodomésticos	0%	0%	0%	0%	0%
Reparação de relógios e artigos de joalheria	0%	0%	0%	0%	0%
Reparação de bens pessoais e domésticos n.e.	0%	0%	0%	0%	0%
COMÉRCIO, MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMÓVEIS E COMBUSTÍVEIS PARA VEÍCULOS	1%	1%	1%	0%	1%
Veículos automóveis	0%	0%	0%	0%	0%
Manutenção e reparação veículos automóveis	0%	0%	0%	0%	0%
Peças e acessórios para veículos automóveis	1%	1%	1%	0%	1%
Manutenção e reparação de motociclos, suas peças e acessórios	0%	0%	0%	0%	0%
Combustível para veículos	0%	0%	0%	0%	0%
OUTRAS RECEITAS	0%	0%	0%	0%	0%
Total de outras receitas	0%	0%	0%	0%	0%
Comércio por grosso	0%	0%	0%	0%	0%

3.3. OUTRAS CARACTERÍSTICAS DOS ESTABELECIMENTOS

No que respeita ao horário de funcionamento das grandes superfícies retalhistas alimentares, verifica-se que cerca de 57% dos estabelecimentos abriam ao público após as 9h00m, enquanto que apenas 33% encerravam entre as 19h00m e as 21h00m.

Por escalões de superfície de exposição e venda verifica-se que todos os estabelecimentos com 4000m² ou mais encerravam depois das 21h00m, quando apenas 16% destes abriam ao público até às 9h00m inclusivé.

Por outro lado, todos os estabelecimentos com superfície de exposição e venda superior ou igual a 8 000 m² tinham horário de abertura após as 9 horas e encerramento entre as 22 e as 23 horas.

QUADRO 12

HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO POR ESCALÕES DE SUPERFÍCIE DE EXPOSIÇÃO E VENDA

ESCALÕES DE SUPERFÍCIE DE EXPOSIÇÃO E VENDA	HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO				
	ABERTURA		FECHO		
	ATÉ 9H00M	DEPOIS DAS 9H00M	ATÉ 18H00M	ATÉ 21H00M	ATÉ 23H00M
1	2	3	4	5	6
TOTAL	20	26	-	15	31
2000 a 2499 m ²	13	5	-	12	6
2500 a 3999 m ²	4	5	-	3	6
4000 a 7999 m ²	3	3	-	-	6
8000 m ² e MAIS	-	13	-	-	13

Quanto às características de funcionamento dos estabelecimentos, constata-se que 93% dos estabelecimentos tinham, em 1994, parque de estacionamento próprio, existindo 67% localizados em Centro Comercial como se pode verificar no quadro 13.

Todos os estabelecimentos considerados funcionavam com o método de venda designado por Auto-Serviço, existindo apenas 2 estabelecimentos sem leitura óptica nas caixas de saída/pagamento.

QUADRO 13

CARACTERÍSTICAS DOS ESTABELECIMENTOS POR ESCALÕES DE SUPERFÍCIE DE EXPOSIÇÃO E VENDA

(Nº) 1994

ESCALÕES DE SUPERFÍCIE DE EXPOSIÇÃO E VENDA	Nº MÉDIO DE CAIXAS DE SAÍDA	ESTABELECIMENTOS			
		COM CAIXAS C/ LEIT. OPTICA	COM PARQUE ESTACIONAMENTO	EM CENTRO COMERCIAL	COM AUTO-SERVIÇO
1	2	3	4	5	6
TOTAL	34	44	43	31	46
2000 a 2499 m ²	16	17	15	15	18
2500 a 3999 m ²	26	8	9	6	9
4000 a 7999 m ²	34	6	6	1	6
8000 m ² e MAIS	66	13	13	9	13

Pela análise do quadro podemos ainda verificar que, em média, cada estabelecimento tinha em 1994 cerca de 34 caixas de saída/pagamento, o que corresponde a um decréscimo de 6% relativamente a 1993, justificado pela abertura de novos estabelecimentos nos escalões de superfície de exposição e venda mais baixos.

Através do quadro 14 constata-se que, em 1994, o número médio de clientes¹ por estabelecimento foi de 1 851 584, sendo os estabelecimentos com superfície igual ou superior a 8 000m² os que maior afluência de clientes tiveram em média. Por regiões era a região Norte que tinha em 1994 o maior número de clientes por estabelecimento (2 140 443 clientes em média, que corresponde a cerca de mais 16% que o número médio global).

Considerando o volume de vendas realizado por estes estabelecimentos², cada cliente gastou em média cerca de 6 mil escudos² na sua visita aos mesmos, sendo visível a tendência para cada cliente efectuar um gasto médio mais elevado consoante a dimensão dos estabelecimentos.

QUADRO 14

DISTRIBUIÇÃO DOS CLIENTES POR ESCALÕES DE SUPERFÍCIE DE EXPOSIÇÃO E VENDA

(Nº) 1994

ESCALÕES DE SUPERFÍCIE DE EXPOSIÇÃO E VENDA	Nº DE CLIENTES	Nº MÉDIO ¹ DE CLIENTES	GASTO MÉDIO ² /CLIENTE (1000 Esc.)
1	2	3	4
TOTAL	75 604 178	1 851 584	6
2000 a 2499 m ²	15 380 632	1 010 736	3
2500 a 3999 m ²	9 374 879	1 041 653	4
4000 a 7999 m ²	10 773 021	2 143 932	6
8000 m ² e MAIS	40 075 646	3 318 210	7

¹ Considerando apenas os estabelecimentos que estiveram abertos todos os meses de 1994.

² Sem IVA

4. INFORMAÇÃO ESTATÍSTICA DISPONÍVEL NÃO PUBLICADA

- Distribuição do Pessoal ao Serviço por NUTS II segundo o escalão de superfície de exposição e venda.
- Meio de pagamento por NUTS II
- Horário de funcionamento segundo a NUTS II
- Características dos estabelecimentos por NUTS II
- Repartição do volume de vendas por produtos segundo a NUTS II
- Distribuição de clientes por NUTS II

