



INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA
STATISTICS PORTUGAL

ISSN 2182-0147



Estatísticas do Comércio 2019



Edição 2020



Estatísticas
oficiais



INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA
STATISTICS PORTUGAL

Estatísticas do Comércio

2019

Edição 2020

[FICHA TÉCNICA]

Título

Estatísticas do Comércio – 2019

Editor

Instituto Nacional de Estatística, I.P.
Av. António José de Almeida
1000-043 Lisboa
Portugal
Telefone: 218 426 100
Fax: 218 454 084

Presidente do Conselho Diretivo

Francisco Lima

Design e Composição

Instituto Nacional de Estatística, I.P.

Publicação periódica
Anual

Serviços | Comércio interno

Edição digital

ISSN 2182-0147
ISBN 978-989-25-0547-3

O INE, I.P. na Internet
www.ine.pt

 Apoio | ao utilizador

218 440 695





INTRODUÇÃO

Na publicação “Estatísticas do Comércio - 2019”, o Instituto Nacional de Estatística divulga informação relativa à atividade de Comércio em Portugal, obtida a partir dos resultados dos Inquéritos às Empresas de Comércio (IECom) e aos Estabelecimentos Comerciais – Unidades de Dimensão Relevante (UCDR) e do Sistema de Contas Integradas das Empresas (SCIE).

A publicação encontra-se estruturada em quatro capítulos:

- no capítulo 1 realiza-se uma análise aos principais resultados económicos globais das atividades de comércio;
- no capítulo 2 analisam-se e divulgam-se os resultados do IECom, nomeadamente através da distribuição do volume de negócios das empresas de comércio segundo a principal atividade económica e o tipo de produtos comercializados;
- no capítulo 3 procede-se à caracterização dos estabelecimentos comerciais retalhistas de dimensão relevante (UCDR) de acordo com a sua natureza alimentar ou não alimentar;
- no capítulo 4 disponibiliza-se a meta informação de apoio à interpretação dos resultados, nomeadamente notas metodológicas, conceitos e nomenclaturas.

O INE expressa o seu especial agradecimento a todas as empresas que responderam aos questionários que lhes foram dirigidos, tornando possível a difusão de resultados estatísticos sobre Comércio Interno, bem como agradece antecipadamente todas as sugestões e críticas que contribuam para a melhoria de edições futuras.

Dezembro 2020



INTRODUCTION]

In the publication “Statistics of Distributive Trade - 2019” Statistics Portugal disseminates data concerning the Distributive Trade sector in Portugal (section G of the NACE), based on the Survey on Trade Enterprises (IECom) and the Survey on Trade Establishments – Large Sized Commercial Units (UCDR) and also on the Integrated Business Accounts System (SCIE).

The publication is organized in four chapters:

- Chapter 1 – analysis on the main economic indicators concerning the different trade activities;
- Chapter 2 - analysis and dissemination of the results of IECom, particularly through the distribution of the turnover of trade enterprises according to the main economic activity and the type of products;
- Chapter 3 - characterization of the retail establishments with relevant dimension (UCDR), according to the food or non-food nature of the establishments;
- Chapter 4 - metadata available to support the interpretation of results, including methodological notes, concepts and classifications.

Statistics Portugal acknowledges all the enterprises that duly answered the referred surveys and, doing so, contributed for this publication. Also welcomes all suggestions aiming to improve the quality of future editions.

December 2020



[ÍNDICE]

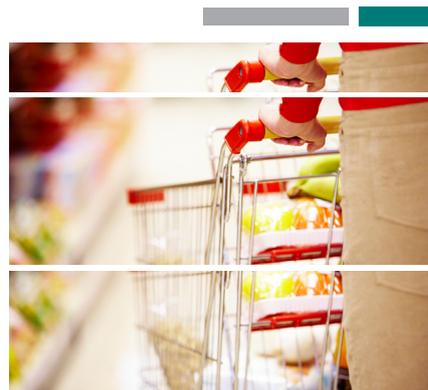
INTRODUÇÃO	3
INTRODUCTION	4
SUMÁRIO EXECUTIVO	7
EXECUTIVE SUMMARY	9
SINAIS CONVENCIONAIS, UNIDADES DE MEDIDA, SIGLAS E ABREVIATURAS	11
1. O SETOR DO COMÉRCIO EM PORTUGAL	14
1.1 ENQUADRAMENTO MACROECONÓMICO	14
1.2 O SETOR EMPRESARIAL NÃO FINANCEIRO E AS EMPRESAS DE COMÉRCIO	14
1.3 AS ATIVIDADES DE COMÉRCIO	16
1.3.1 Comércio, manutenção e reparação automóvel	18
1.3.2 Comércio por grosso	19
1.3.3 Comércio a retalho	20
1.4 COMÉRCIO ELETRÓNICO	22
2. VOLUME DE NEGÓCIOS E PRODUTOS VENDIDOS NA ATIVIDADE DE COMÉRCIO	24
2.1 PRODUTOS DA ATIVIDADE DE COMÉRCIO, MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO AUTOMÓVEL.....	24
2.2 PRODUTOS DA ATIVIDADE DE COMÉRCIO POR GROSSO	25
2.3 PRODUTOS DA ATIVIDADE DE COMÉRCIO A RETALHO.....	27
3. UNIDADES COMERCIAIS DE DIMENSÃO RELEVANTE	30
3.1 AS UCDR NO CONTEXTO DO COMÉRCIO A RETALHO.....	30
3.2 CARACTERIZAÇÃO DOS ESTABELECIMENTOS.....	30
3.2.1 Área de Exposição e Venda (AEV).....	31
3.3 PESSOAL AO SERVIÇO	32
3.4 VOLUME DE NEGÓCIOS E NÚMERO DE TRANSAÇÕES	32
3.4.1 Volume de Vendas.....	33
3.4.2 Volume de Vendas por Categoria de Produtos.....	34
3.5 MEIOS DE PAGAMENTO.....	35
3.6 MARCA PRÓPRIA.....	36



4. META-INFORMAÇÃO ESTATÍSTICA	38
4.1 METODOLOGIAS	38
4.1.1 Inquérito às Empresas de Comércio.....	38
4.1.2 Inquérito às Unidades Comerciais de Dimensão Relevante.....	40
4.2 CONCEITOS ESTATÍSTICOS	42
4.3 CLASSIFICAÇÕES E NOMENCLATURAS	44



SUMÁRIO EXECUTIVO



Empresas de Comércio

Em 2019 o setor do Comércio continuou a registar melhorias nos principais indicadores económicos, embora em desaceleração face ao ano anterior. Nesse ano operavam 220,5 mil empresas neste setor (+1,2%) geradoras de um Volume de Negócios (VFN) de 151,1 mil milhões de euros (+3,3%, após +6,4% em 2018), de um montante de Vendas de Mercadorias de 142,3 mil milhões de euros (+3,0%, +6,4% em 2018) e de um VAB de 19,9 mil milhões de euros (+4,5%; +6,5% em 2018).

O pessoal ao serviço nas empresas de Comércio foi de 814,2 mil trabalhadores (+2,8%; +3,0% em 2018), correspondendo a 19,3% do total do pessoal ao serviço das empresas não financeiras. As remunerações superaram os 9,8 mil milhões de euros (+6,3%, após +6,6% em 2018) e representaram 20,6% das remunerações globais.

A margem comercial global das empresas de Comércio situou-se em 27,2 mil milhões de euros e a margem por empresa em 123,2 mil euros, correspondendo-lhes acréscimos respetivos de 3,7% e de 2,4% (+9,0% e +9,7% em 2018, pela mesma ordem).

Em 2019, cada empresa de Comércio gerou, em média, um VFN de 685,3 mil euros (671,4 mil euros em 2018), ficando o registo do setor empresarial global a menos de metade desse valor (314,1 mil euros; 310,4 mil euros em 2018). Também em termos de empregabilidade, o setor do Comércio continuou a apresentar melhores resultados: 3,69 trabalhadores por empresa de comércio em 2019 (3,64 em 2018) face a 3,21 trabalhadores (em média) na globalidade das empresas (3,18 em 2018).

Em termos de divisões de Comércio, observou-se um contributo de 49,2% do **comércio grossista** para o montante total de VFN gerado no setor, registando, ainda, o maior VFN médio por empresa (1,28 milhões de euros). O **comércio a retalho** gerou 36,0% do volume de negócios do setor e um VFN médio de 414,8 mil euros por empresa. Ao **comércio automóvel** coube os restantes 14,8% de VFN global do Comércio e 709,6 mil euros de VFN médio por empresa.

Em 2019, o setor **Automóvel** registou uma desaceleração no aumento do VFN (+1,5% em 2019, após +7,5% em 2018 e +7,7% em 2017), que se refletiu num aumento da margem comercial global de 1,7% e numa diminuição da margem por empresa de 2,2% (sucendendo a +8,3% e +5,3%, respetivamente em 2018).

Em termos de produtos e serviços, a 'venda de veículos automóveis' gerou 67,1% do Volume de Negócios desta atividade (-1,1 p.p. face a 2018), num montante global de 15,0 mil milhões de euros.

Também nas empresas de **comércio por grosso** se observou um menor acréscimo de VFN (+2,7%) face a 2018 (+7,1%), assim como das margens comerciais global e por empresa (+1,4% e +2,2% face a +5,9% e +5,9%, em 2018, respetivamente).

Os principais grupos de produtos comercializados nas empresas grossistas foram a 'venda por grosso especializada, n.e.' (com 27,9% da globalidade do comércio por grosso, +0,7 p.p. que em 2018), os 'produtos alimentares, bebidas e tabaco' (26,0%, +0,2 p.p.) e os 'bens de consumo doméstico' (21,1%, +0,2 p.p.).



O setor do **comércio a retalho** apresentou uma manutenção no crescimento do VVN (+4,9%, tal como em 2018), registando as evoluções de margem comercial global (+6,3%, que sucede a +12,5%) e de margem por empresa (+4,8%, após +14,4% em 2018) mais significativas entre as três divisões de comércio.

Aos 'produtos alimentares, bebidas e tabaco' correspondeu a maior parcela de VVN do comércio retalhista (33,3%, -0,6 p.p.), seguindo-se os 'combustíveis e outros produtos novos' onde se incluem também os artigos de ourivesaria e relojoaria, material fotográfico e ótico, produtos de limpeza (21,9%, +0,1 p.p.) e o 'vestuário, produtos médicos e farmacêuticos, artigos de higiene' (21,4%, +0,1 p.p.).

Unidades Comerciais de Dimensão Relevante

Em 2019 encontravam-se em funcionamento em Portugal 3 612 estabelecimentos classificados como UCDR, dos quais 51,6% dedicados principalmente ao comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar¹ e os restantes dedicados ao comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar². Face a 2018, registou-se um aumento no número total de estabelecimentos de 1,5% (após +1,8% em 2018), verificando-se um acréscimo quer no segmento do retalho alimentar (+1,3%; -0,1% em 2018) quer no segmento do retalho não alimentar (+1,7%; +3,6% em 2018).

O pessoal ao serviço nestes estabelecimentos situou-se em 124,5 mil trabalhadores (+5,7%, após +2,8% em 2018), prevalecendo as mulheres (67,5%, -1,0 p.p. que em 2018) e os trabalhadores a tempo completo (69,2%, +0,4 p.p. que em 2018). O pessoal ao serviço a tempo parcial teve maior expressão nas unidades de retalho não alimentar (37,0%; 37,7% em 2018) que nas unidades alimentares (27,7%; 28,2% em 2018).

O Volume de Negócios das UCDR atingiu 20,0 mil milhões de euros³, valor que representa um acréscimo de 6,5% face ao ano anterior (+3,0% em 2018). As vendas de mercadorias corresponderam a 19,8 mil milhões de euros, das quais 67,4% afetas a retalho alimentar.

As **UCDR de retalho alimentar** geraram um volume de vendas de 13,3 mil milhões de euros (+4,2%; +3,4% em 2018) e realizaram-se 822,3 milhões de transações em 2019 (+1,8%, após +0,2% em 2018), o que equivale a um montante médio por transação de 16,2 euros (+2,4%).

Nestas unidades, as vendas da categoria de 'produtos alimentares, bebidas e tabaco' totalizaram 9,7 mil milhões de euros (+3,8%), o equivalente a 73,1% (-0,3 p.p. que em 2018) das vendas dos estabelecimentos comerciais dedicados principalmente ao retalho alimentar. Os principais produtos alimentares vendidos foram os 'outros produtos alimentares', onde se inclui o arroz, massas e cereais, entre outros (12,4% do total global de vendas, -0,1 p.p. que em 2018), seguindo-se a 'carne e produtos à base de carne' (11,8%, +0,1 p.p.) e os 'frutos e produtos hortícolas' (10,9%, -0,1 p.p.).

O volume de vendas das **UCDR de retalho não alimentar** situou-se em 6,5 mil milhões de euros em 2019, o equivalente a uma subida de 10,7% (+2,0% em 2018). O número de transações realizadas por estas unidades (214,3 milhões) cresceu 3,1% (-6,0% em 2018), o que resultou num valor médio por transação de 30,1 euros (+7,5%).

Tal como no ano anterior, em 2019 as vendas de 'vestuário e acessórios' geraram a maior parcela de vendas das unidades de retalho não alimentar (26,1% do total, sem alterações face a 2018). Seguiu-se as vendas de 'mobiliário de uso doméstico, material de iluminação, têxteis para o lar e retrosaria' (12,1%, -0,5 p.p.) e as vendas de 'computadores, material ótico, fotográfico e de telecomunicações' (12,0% do total, -1,1 p.p.).

As vendas de produtos de marca própria abrangeram 35,4% das vendas globais nos estabelecimentos de retalho alimentar (-0,5 p.p. que em 2018) e 48,0% das vendas das unidades de retalho não alimentar, tal como em 2018.

¹ Por simplificação de linguagem será adiante designado por comércio a retalho não alimentar.

² Por simplificação de linguagem será adiante designado por comércio a retalho alimentar.

³ Todos os valores sem IVA

EXECUTIVE SUMMARY]

Trade Enterprises

In 2019, the Distributive Trade sector continued to have improvements in the key economic indicators, despite the slowdown compared to the previous year. The 220.5 thousand enterprises in this sector (+1.2%) recorded a turnover of €151.1 billion (+3.3%, after +6.4% in 2018), € 142.3 billion in sales of goods (+3.0%, + 6.4% in 2018) and a gross value added of € 19.9 billion (+4.5%, +6.5% in 2018).

The number of persons employed stood at 814.2 thousand workers (+2.8%, after +3.0% in 2018), the equivalent to 19.3% of the total staff employed by non-financial enterprises. Remunerations amounted to €9.8 billion (+6.3%, after +6.6% in 2018) and accounted for 20.6% of global remunerations.

The commercial margin of Distributive Trade enterprises stood at €27.2 billion and the margin per enterprise stood at €123.2 thousand, corresponding to respective increases of 3.7% and 2.4% (+9.0% and +9.7% in 2018, in the same order).

In 2019, each Distributive Trade enterprise produced, on average, a turnover of €685.3 thousand (€671.4 thousand in 2018), with the global business sector registering less than half of that value (€314.1 thousand; €310.4 thousand in 2018). Also in terms of employability, the Distributive Trade sector continued to show better results: 3.69 workers per enterprise in 2019 (3.64 in 2018) compared to 3.21 workers (on average) in the overall business sector (3.18 in 2018).

In terms of trade divisions, the emphasis went to the 49.2% contribution of **wholesale trade** to the total turnover generated in the Trade sector, also recording the highest average turnover per enterprise (€1.28 million). **Retail trade** accounted for 36.0% of the turnover of the sector and for an average turnover per enterprise of €414.8 thousand. In the **automobile sector** (division 45), with 14.8% of total turnover, each enterprise recorded an average turnover of €709.6 thousand.

The **automobile sector** recorded a slowdown in the increase in turnover (+1.5% in 2019, after +7.5% in 2018 and +7.7% in 2017), which was reflected a 1.7% increase in the global commercial margin and a 2.2% decrease in margin per enterprise (following +8.3% and +5.3%, respectively, in 2018). Concerning products and services, 'sales of vehicles' representing 67.1% of the automobile sector's turnover (-1.1 p.p. compared to 2018), reached an overall amount of €15.0 billion.

Also in **Wholesale trade** enterprises there was a lower increase in turnover (+2.7%) compared to 2018 (+7.1%), as well as in total commercial margin and the margin by enterprise (+1.4% and +2.2% compared to +5.9% and +5.9% in 2018, in the same order).

The three main groups of products sold in wholesale trade sector were the 'wholesale specialized sale' (with 27.9% of the total, +0.7 p.p. that in 2018), the 'food products, beverages and tobacco' (26.0%, +0.2 p.p.) and 'domestic consumer goods' (21.1%, +0.2 p.p.).

Retail Trade sector maintained the turnover growth (+4.9%, as in 2018) with the commercial margin (+6.3%, after +12.5% in 2018) and the margin by enterprise (+4.8%, after +14.4% in 2018) more significant among the three trade divisions.

'Food products, beverages and tobacco' contributed for the largest share of turnover in retail trade (33.3%, -0.6 p.p.), followed by 'fuel for motor vehicles and other new goods n.e.c.', which also included articles of jewellery and watch making, photographic and optical equipment, cleaning products (21.9%, +0.1 p.p.) and 'clothing, medical and pharmaceutical products, toiletries' (21.4%, +0.1 p.p.).

Large-sized Commercial Units

In 2019, the number of “Large-sized Commercial Units” (UCDR) amounted to 3,612 establishments, of which 51.6% were mainly dedicated to non-food retail trade or non-food predominant retail⁴ and the remaining were food retail trade units or food predominant retail⁵. Compared to 2018, there was a 1.5% increase in the total number of establishments (after +1.8% in 2018), with growth in the non-food retail trade units (+1.3%; -0.1% in 2018) as well as in the non-food retail trade units (+1.7%; +3.6% in 2018).

The number of persons employed in all UCDR establishments amounted to 124.5 thousand workers (+5.7%, after +2.8% in 2018). Women were predominant (67.5%, -1.0 p.p. than in 2018) as well as full-time workers (69.2%, +0.4 p.p. compared to 2018). The part-time workers were most noticed in non-food retail units (37.0%; 37.7% in 2018) than in food units (27.7%; 28.2% in 2018).

The UCDR turnover reached €20.0 billion⁶, which stood for an increase of 6.5% compared to previous year (+3.0% in 2018). Sales of goods amounted to €19.8 billion, of which 67.4% allocated to food retail.

Food retail trade total sales stood for €13.3 billion (+4.2%; +3.4% in 2018). The food retail units had a total of 822.3 million transactions in 2019 (+1.8%, after +0.2% in 2018), with an average value per transaction of €16.2 (+2.4%).

In these units, sales of ‘food products, beverages and tobacco’ totalled €9.7 billion (+3.8%), the equivalent to 73.1% (-0.3 p.p. than in 2018) of the total in food retail units. The main food products sold were ‘other food products’, including rice, pasta and cereals, among others (12.4% share in total sales of these units, -0.1 p.p. than in 2018), followed by ‘meat and meat products’ (11.8%, +0.1 p.p.) and ‘fruits and vegetables’ (10.9%, -0.1 p.p.).

Sales in **non-food retail units** reached €6.5 billion in 2019, up by 10.7% (+2.0% in 2018). The transactions made by these units (214.3 million) grew by 3.1% (-6.0% in 2018), with an average value per transaction of €30.1 (+7.5%).

As in previous year, in 2019 sales of ‘clothing and accessories’ continued to be the best-selling products in non-food retail trade establishments (26.1% of sales, with no difference compared to 2018). It was followed by ‘household furniture, lightning and textiles’ sales (12.1%, -0.5 p.p.) and by ‘computers and optical material, photographic and telecommunications products’ sales (12.0%, -1.1 p.p.).

The proportion of sales of own brand products in global sales stood at 35.4% in food-predominant retail establishments (-0.5 p.p. than in 2018) and at 48.0% in non-food retail units, as in 2018.

⁴ For simplification purposes, henceforth referred to as non-food retail trade.

⁵ For simplification purposes, henceforth referred to as food retail trade.

⁶ Excluding VAT.

SINAIS CONVENCIONAIS, UNIDADES DE MEDIDA, SIGLAS E ABREVIATURAS

Sinais convencionais e unidades de medida:

%	Porcentagem
0	Valor nulo
...	Valor confidencial
p.p.	Ponto percentual
N.º	Número
€	Euros
10 ³	Milhares
Hab	Habitante
h	Horas

Siglas e abreviaturas:

AEV	Área de Exposição e Venda
CAE rev.3	Classificação das Atividades Económicas, Revisão 3
CMV	Custo das Mercadorias Vendidas
CPA	Classificação Estatística de Produtos por Atividade na UE
IES	Informação Empresarial Simplificada
IVA	Imposto sobre o Valor Acrescentado
NUTS	Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos
n. e.	Não especificado
PIB	Produto Interno Bruto
UCDR	Unidade Comercial de Dimensão Relevante
V.	Volume
VAB ^{pm}	Valor Acrescentado Bruto a preços de mercado
VVN	Volume de Negócios
SCIE	Sistema de Contas Integradas das Empresas
Tx.	Taxa
Tx. var	Taxa de variação

Informação aos utilizadores:

- Por razões de arredondamento dos valores, os totais, em valor ou em percentagem, podem não corresponder exatamente à soma das parcelas
- Os dados divulgados na presente publicação, bem como outra informação relativa às Empresas de Comércio, encontram-se disponíveis no Portal das Estatísticas Oficiais do INE em: www.ine.pt



[ANÁLISE DE RESULTADOS]



1. O Setor do Comércio em Portugal

1.1 Enquadramento macroeconómico

Economia Portuguesa continuou a crescer em 2019

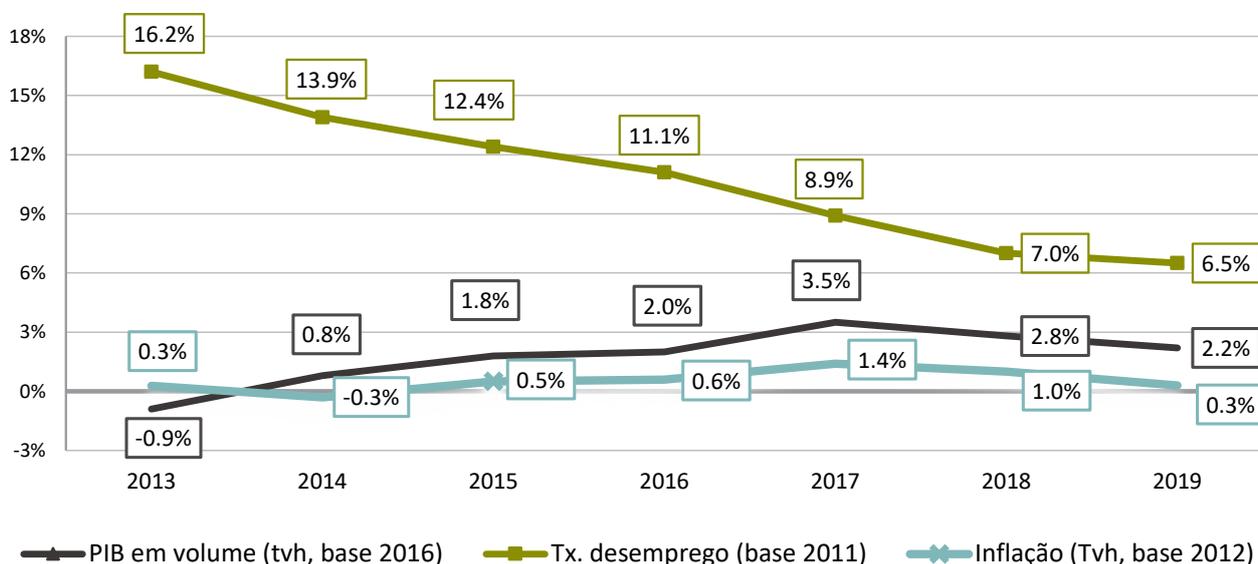
Em 2019, o Produto Interno Bruto (PIB) aumentou 2,2% em volume (+2,8% em 2018) e 4,0% em termos nominais (+4,7% em 2018), registando um valor de 213,3 mil milhões de euros.

O crescimento observado no PIB deveu-se ao contributo positivo de 2,7 p.p. da procura interna (+3,2 p.p. em 2018), registando-se um contributo negativo de 1,2 p.p. na procura externa líquida (-0,9 p.p. em 2018), resultado de uma desaceleração das exportações de bens e serviços mais acentuada que a das importações.

A taxa de desemprego fixou-se em 6,5% em 2019 (7,0% em 2018 e 8,9% em 2017), mantendo assim, a tendência de diminuição verificada ao longo dos últimos anos.

A taxa de inflação (medida pela variação média anual do Índice de Preços no Consumidor – IPC) situou-se em 0,3% em 2019, refletindo uma diminuição de 0,7 p.p. face ao ano anterior.

Figura 1.1.1 - Alguns indicadores macroeconómicos - 2013 - 2019



Fonte: INE, Contas Nacionais, Inquérito ao Emprego e Índice de Preços no Consumidor

1.2 O setor empresarial não financeiro e as empresas de comércio

Principais indicadores económicos das Empresas de Comércio mantêm-se em crescimento

Em 2019, as empresas não financeiras em Portugal continuaram a evidenciar evoluções positivas nos seus principais indicadores económicos⁷, embora em desaceleração face a 2018. O Volume de Negócios (VVN), as Vendas de Mercadorias e o Valor Acrescentado Bruto (VAB) aumentaram 4,0%, 2,7% e 5,8% em termos nominais, respetivamente (+6,8%, +7,3% e +6,4% em 2018, pela mesma ordem). O pessoal ao serviço nas empresas não financeiras (4,2 milhões de trabalhadores) cresceu 3,8% (+4,3% em 2018), tendo o número de empresas (1 314 088 unidades) evidenciado um aumento de 2,8% (+2,9% em 2018).

O setor do Comércio acompanhou o andamento global e registou, igualmente, melhorias nos principais indicadores económicos em 2019, embora em desaceleração face ao ano anterior. Assim, em 2019 operavam neste setor 220,5 mil empresas (+1,2%) geradoras de um VVN de 151,1 mil milhões de euros (+3,3%, após +6,4% em 2018), de um montante de Vendas de Mercadorias de 142,3 mil milhões de euros (+3,0%, +6,4% em 2018) e de um VAB de 19,9 mil milhões de euros (+4,5%; +6,5% em 2018).

⁷ Dados do Sistema de Contas Integradas das Empresas (SCIE): 2019, dados provisórios; 2018 e 2017, dados definitivos.

O pessoal ao serviço nas empresas de Comércio em 2019 fixou-se em 814,2 mil trabalhadores (+2,8%; +3,0% em 2018), tendo as remunerações superado os 9,8 mil milhões de euros (+6,3%, após +6,6% em 2018).

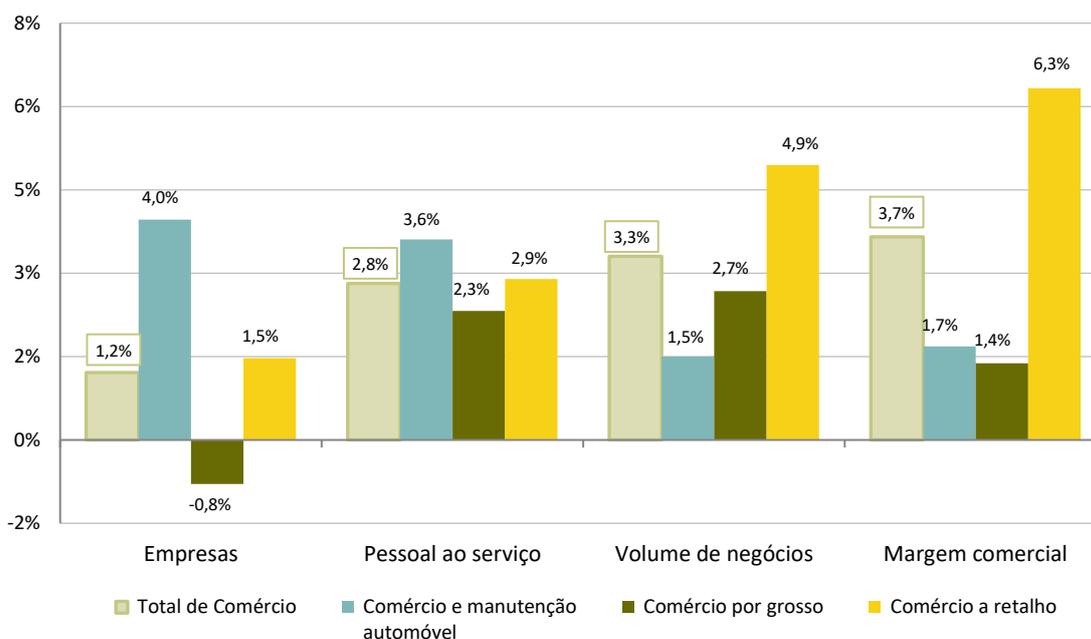
Em 2019, a margem comercial global das empresas de Comércio situou-se em 27,2 mil milhões de euros e a margem por empresa em 123,2 mil euros, correspondendo-lhes acréscimos respetivos de 3,7% e de 2,4% (+9,0% e +9,7% em 2018, pela mesma ordem).

As empresas da divisão de **Comércio, manutenção e reparação de veículos automóveis e motociclos** registaram um aumento moderado de VVN (+1,5% em 2019, após +7,5% em 2018 e +7,7% em 2017) que se refletiu num aumento da margem comercial global de 1,7% e numa diminuição da margem por empresa de 2,2% (+8,3% e +5,3%, respetivamente em 2018).

Também nas empresas de **comércio por grosso** observou-se um menor acréscimo de VVN (+2,7%) face a 2018 (+7,1%), assim como das margens comerciais global (+1,4%; +5,9% em 2018) e por empresa (+2,2%; +5,9%, em 2018).

O setor do **comércio a retalho** apresentou uma manutenção no crescimento do VVN (+4,9%, tal como em 2018), registando as evoluções de margem comercial global (+6,3%, que sucede a +12,5%) e de margem por empresa (+4,8%, após +14,4% em 2018) mais significativas entre as três divisões de comércio.

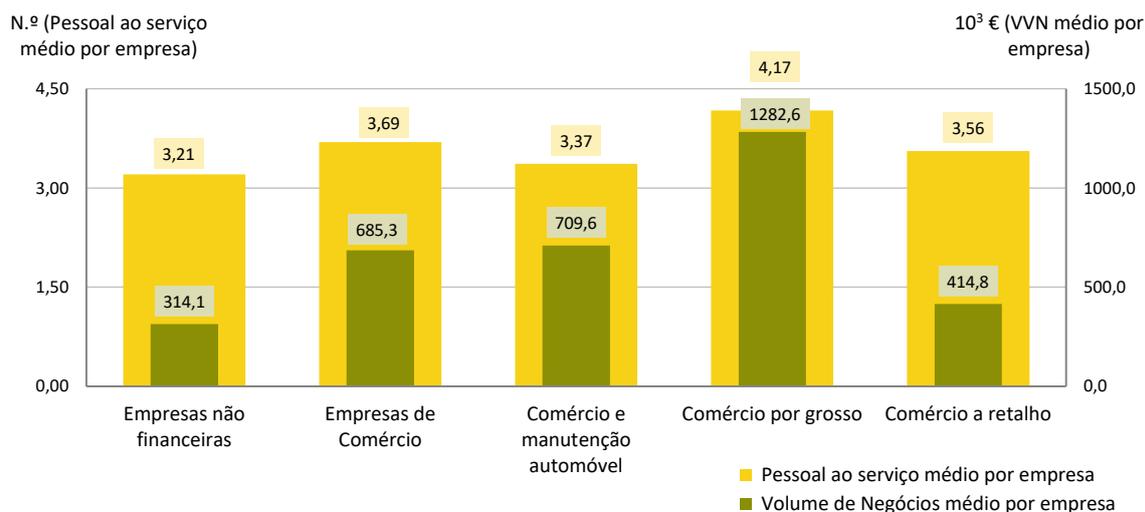
Figura 1.2.1 - Evolução anual (%) dos principais indicadores das empresas de Comércio, 2019



Fonte: INE, Sistema de Contas Integradas das Empresas, dados provisórios de 2019 e definitivos de 2018

Em 2019, cada empresa de Comércio gerou, em média, um VVN de 685,3 mil euros (671,4 mil euros em 2018), ficando o registo do setor empresarial global a menos de metade desse valor (314,1 mil euros; 310,4 mil euros em 2018). Também em termos de empregabilidade, o setor do Comércio continuou a apresentar melhores resultados: 3,69 trabalhadores por empresa de comércio em 2019 (3,64 em 2018) face a 3,21 trabalhadores (em média) na globalidade das empresas (3,18 em 2018).

Figura 1.2.2 - Indicadores das empresas, 2019



Fonte: INE, Sistema de Contas Integradas das Empresas, dados provisórios

1.3 As atividades de comércio

O **comércio a retalho** foi a atividade mais representada em 2019 (131,0 mil empresas; 59,5% do total) e o maior empregador do setor do Comércio (57,3% do total). O **comércio grossista** ofereceu o maior contributo para o volume de negócios global (49,2%), embora nesta variável apresente a distribuição mais dispersa e assimétrica do setor.

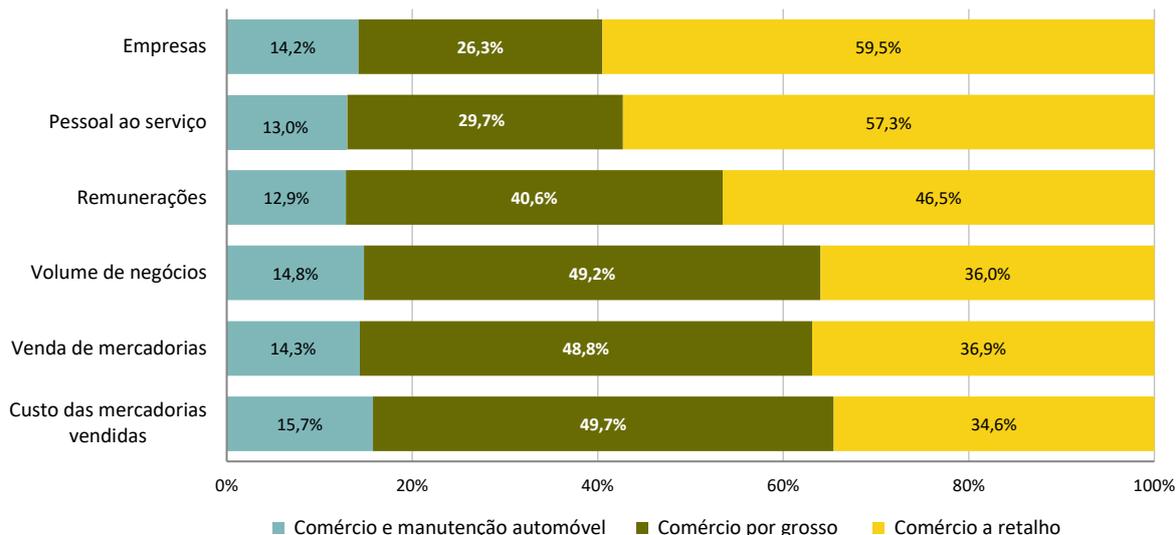
O setor do comércio era constituído principalmente por empresas individuais, nas quais se incluem empresários em nome individual e trabalhadores independentes (54,5% em 2019, 54,8% em 2018), embora as sociedades tenham gerado a quase totalidade do VVN do setor (96,0% em 2019, igual em 2018) e tenham empregado 81,8% dos trabalhadores (81,4% em 2018).

De entre as atividades do setor, o **comércio a retalho** era a atividade mais representada em 2019, sendo exercida por 131,0 mil empresas, o equivalente a 59,5% do setor do comércio. Seguiu-se o **comércio por grosso**, constituído por 58,0 mil empresas (26,3%) e o subsector do **comércio automóvel**, com 31,4 mil unidades (14,2%).

O comércio a retalho foi também o maior empregador do setor (57,3%; 57,2% em 2018), seguindo-se o comércio grossista, com 29,7% do pessoal ao serviço total (29,9% em 2018), cabendo ao comércio e manutenção automóvel 13,0% dos trabalhadores (12,9% em 2018). Nas remunerações, a representatividade do comércio retalhista foi 46,5% (46,2% em 2018), verificando-se uma aproximação por parte do comércio grossista (40,6%; 41,0% em 2018).

No que se refere ao volume de negócios, o maior contributo teve origem no comércio grossista (49,2%), correspondendo-lhe, igualmente, o maior volume de negócios médio por empresa (1,28 milhões de euros). Já o comércio a retalho gerou 36,0% do volume de negócios do setor e um VVN médio de 414,8 mil euros por empresa.

Figura 1.3.1 - Contributo dos subsectores de Comércio para o total, por principais indicadores, 2019

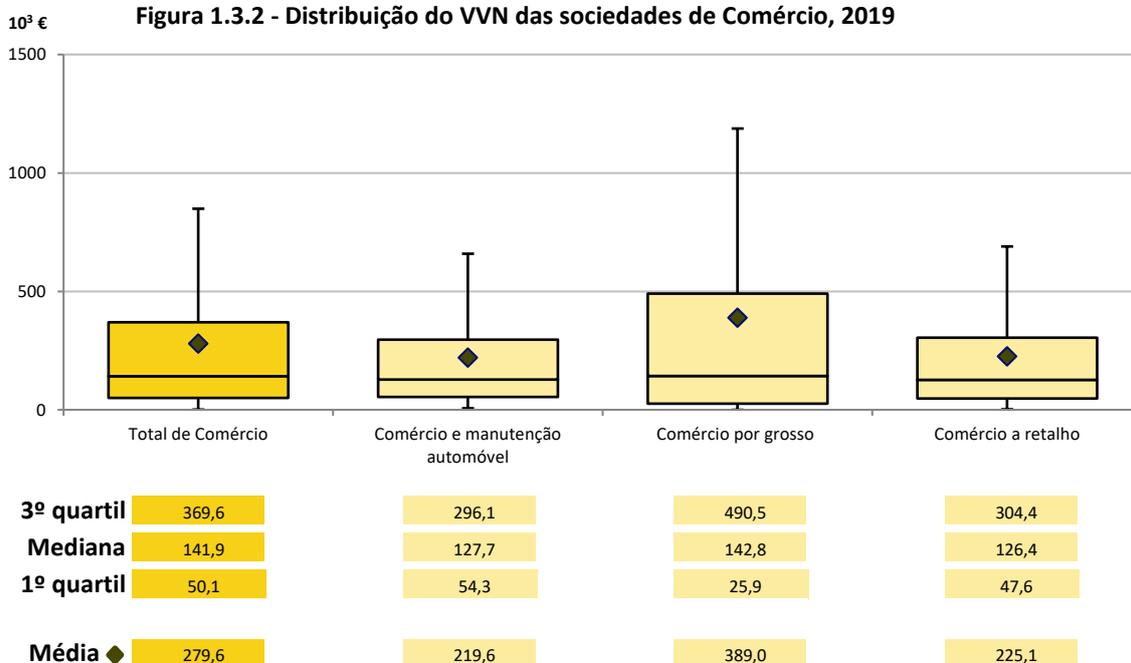


Fonte: INE, Sistema de Contas Integradas das Empresas, dados provisórios

Analisando a distribuição do VVN das sociedades de Comércio em 2019, e considerando 80% das observações centrais, verifica-se que, de entre as três divisões deste setor, o ramo grossista (divisão 46) apresenta uma distribuição mais dispersa e assimétrica. De facto, verifica-se que no ramo grossista o registo do 3º quartil (Q3) da distribuição, mais que triplica em relação ao valor mediano (M), sendo igualmente a divisão que apresenta maior valor de VVN, com 25% das empresas a registar um montante de VVN igual ou superior a 490,5 mil euros em 2019.

Note-se, ainda, que o valor mediano do conjunto de todas as sociedades de Comércio incluídas nesta análise se situou em 141,9 mil euros.

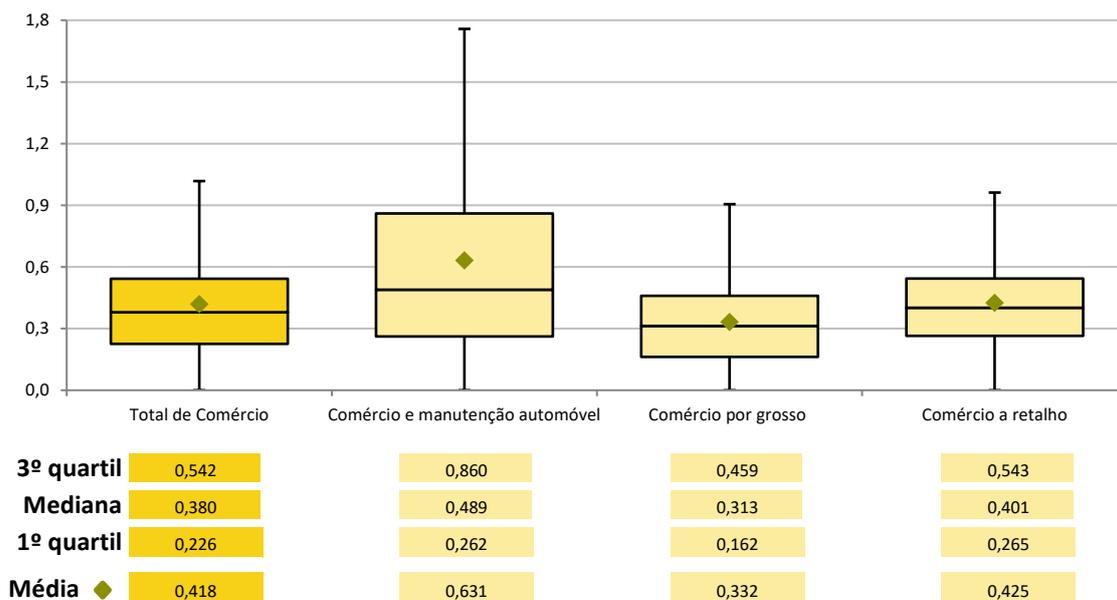
Figura 1.3.2 - Distribuição do VVN das sociedades de Comércio, 2019



Fonte: INE, Sistema de Contas Integradas das Empresas, dados provisórios

No que se refere à distribuição do valor das Remunerações em função da Margem de Vendas, e considerando novamente 80% das observações centrais, verifica-se que o ramo do Comércio e manutenção automóvel apresenta uma maior dispersão de valores ao mesmo tempo que o valor médio se distancia do valor mediano. Pelo contrário, nos ramos de comércio por grosso e comércio a retalho observa-se uma maior simetria e concentração das observações.

Figura 1.3.3 - Distribuição das Remunerações sobre a Margem de Vendas das sociedades de Comércio, 2019



Fonte: INE, Sistema de Contas Integradas das Empresas, dados provisórios

1.3.1 Comércio, manutenção e reparação automóvel

A atividade de “Comércio de veículos automóveis” registou, em 2019, um VVN médio por empresa de 2,5 milhões de euros (-5,9% face a 2018), muito acima do valor da divisão de **Comércio e manutenção automóvel**: 709,6 mil euros.

Em 2019, o VVN médio por cada empresa da divisão 45 foi 709,6 mil euros (726,8 mil euros em 2018), valor que reflete um decréscimo de 2,4% face ao ano anterior.

Embora em quebra (-5,9%), a atividade de “Comércio de veículos automóveis” (grupo 451 da CAE) voltou a registar o VVN médio por empresa mais elevado da divisão 45 - **Comércio e manutenção automóvel**: 2,5 milhões de euros.

A atividade de “Comércio, manutenção e reparação de motociclos, de suas peças e acessórios” (grupo 454 da CAE) apresentou o maior aumento de VVN da divisão 45 (+10,7%, após +12,8% em 2018), cabendo-lhe um VVN médio por empresa de 266,9 mil euros (+5,3%; +9,8% em 2018).

A atividade de “Comércio de veículos automóveis” produziu um VVN de 17,0 mil milhões de euros, concentrando a larga maioria (76,4%) do VVN da divisão 45 - **Comércio e manutenção automóvel**. Ao “Comércio de peças e acessórios” (grupo 453 da CAE), a segunda atividade mais importante desta divisão, coube um VVN total de 2,7 mil milhões de euros, ou seja, 12,3% do total.

Quadro 1.3.1.1 - Indicadores das empresas de Comércio, Manutenção e Reparação automóvel (divisão 45 da CAE Rev. 3), por grupo de atividade económica, 2019

CAE rev.3		Pessoal por empresa	V. negócios por empresa	V. negócios por trabalhador	Vendas de Mercadorias por empresa	Vendas de Mercadorias por trabalhador	CMV por empresa
		nº	10 ³ euros				
45	Comércio, manutenção e repar.de veic.automóveis e motociclos	3,4	709,6	210,8	649,7	193,1	577,6
451	Comércio de veículos automóveis	5,3	2 535,9	476,3	2 404,7	451,6	2 223,3
452	Manutenção e reparação de veículos automóveis	2,5	106,1	42,7	62,1	25,0	43,7
453	Comércio de peças e acessórios para veículos automóveis	4,8	666,8	138,4	628,1	130,3	478,6
454	Comércio, manut. e rep.de motociclos, peças e acessórios	2,0	266,9	131,4	253,4	124,8	209,1

Fonte: INE, Sistema de Contas Integradas das Empresas, dados provisórios

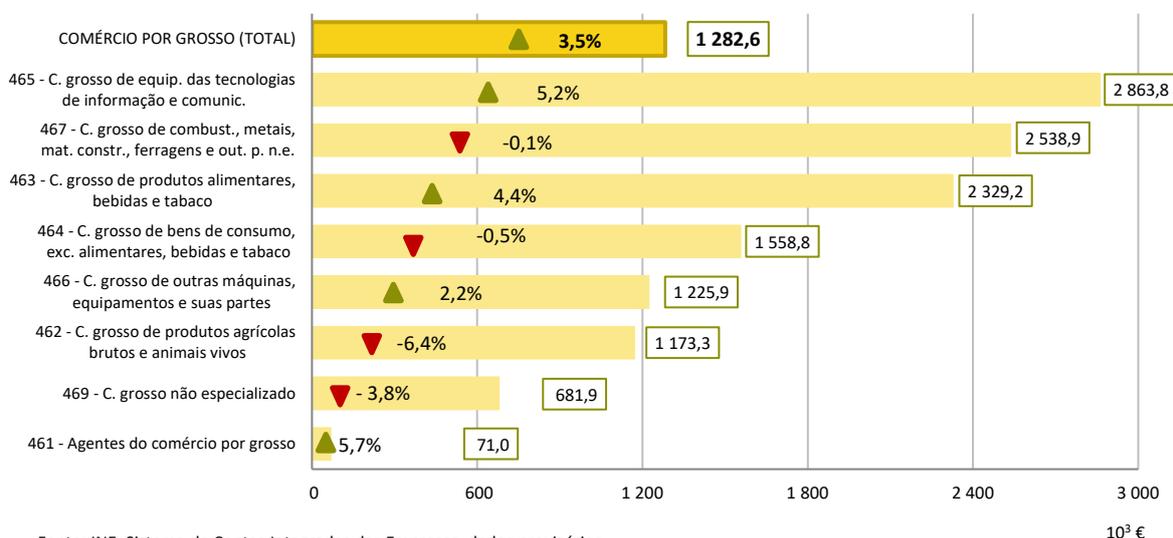
1.3.2 Comércio por grosso

O Volume de negócios médio por empresa de **comércio por grosso** aumentou 3,5% em 2019, fixando-se em 1,3 milhões de euros, o mais elevado de todo o setor do Comércio.

O VVN médio por empresa de **comércio por grosso** (divisão 46 da CAE), atingiu 1,3 milhões de euros em 2019 (+3,5% face ao ano anterior). À atividade de “*Comércio de equipamento das tecnologias da comunicação e da informação*” (grupo 465) correspondeu o maior VVN médio por empresa do setor (2,86 milhões de euros), com uma evolução positiva de 5,2%. A atividade de “*Comércio por grosso de combustíveis, metais, materiais de construção, ferragens e outros produtos n.e.*” (grupo 467 da CAE), passou assim a registar o segundo maior valor de VVN médio por empresa do setor (2,54 milhões de euros), fruto de um ligeiro decréscimo face a 2018 (-0,1%, que sucede a +9,3% em 2018).

O “*Comércio por grosso de combustíveis, metais, materiais de construção, ferragens e outros produtos n.e.*”, gerou em 2019, o maior VVN (21,5 mil milhões de euros, +2,0%) do **comércio grossista**, representando 28,9% do total (-0,2 p.p. que em 2018). As empresas dedicadas ao “*Comércio por grosso de produtos alimentares, bebidas e tabaco*” (grupo 463) geraram um VVN de 21,0 mil milhões de euros (+5,4%) e apresentaram uma representatividade de 28,2% no setor (+0,7 p.p. face a 2018). Refira-se, ainda, a atividade de “*Comércio por grosso de bens de consumo doméstico*” (grupo 464) que, com uma movimentação de 15,2 mil milhões euros em 2018 (+1,2%), gerou 20,4% do VVN do **comércio grossista**.

Figura 1.3.2.1 - Evolução anual do Volume de Negócios por empresa de Comércio por grosso, por grupo de atividade económica, 2019



Fonte: INE, Sistema de Contas Integradas das Empresas, dados provisórios

10³ €

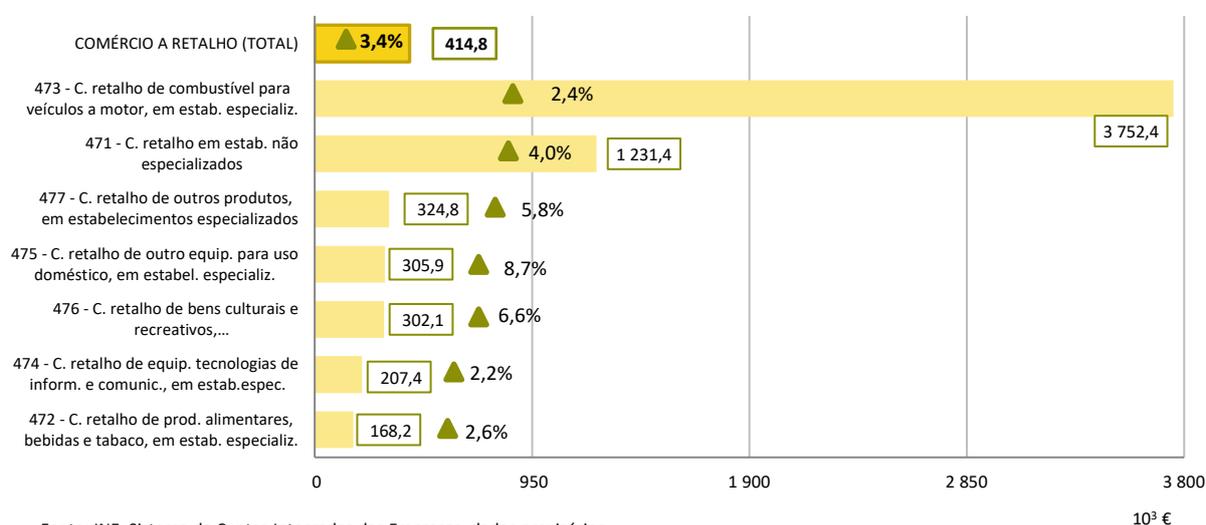
1.3.3 Comércio a retalho

O Volume de negócios médio por empresa de **comércio a retalho** fixou-se em 414,8 mil euros em 2019 (+3,4%). A atividade de “*Comércio a retalho de combustíveis em estabelecimentos especializados*” (grupo 473 da CAE) registou o VVN médio por empresa mais elevado de todo o setor do Comércio, com um montante de 3,8 milhões de euros (+2,4%).

Em 2019, o VVN médio por empresa de comércio a retalho fixou-se em 414,8 mil euros, refletindo um acréscimo de 3,4% (+6,7% em 2018).

O VVN médio por empresa mais elevado de todo o setor do Comércio coube à atividade de “*Comércio a retalho de combustíveis em estabelecimentos especializados*” (grupo 473 da CAE), com um montante de 3,8 milhões de euros (+2,4%, após +4,5% em 2018). O segundo valor mais elevado neste indicador (1,2 milhões de euros) correspondeu à atividade de “*Comércio a retalho não especializado*” (grupo 471 da CAE, que inclui supermercados e outros estabelecimentos generalistas), com uma evolução positiva de 4,0% (+6,2% em 2018).

Figura 1.3.3.1 - Volume de Negócios por empresa de Comércio a retalho, por principais grupo de atividade económica, 2019

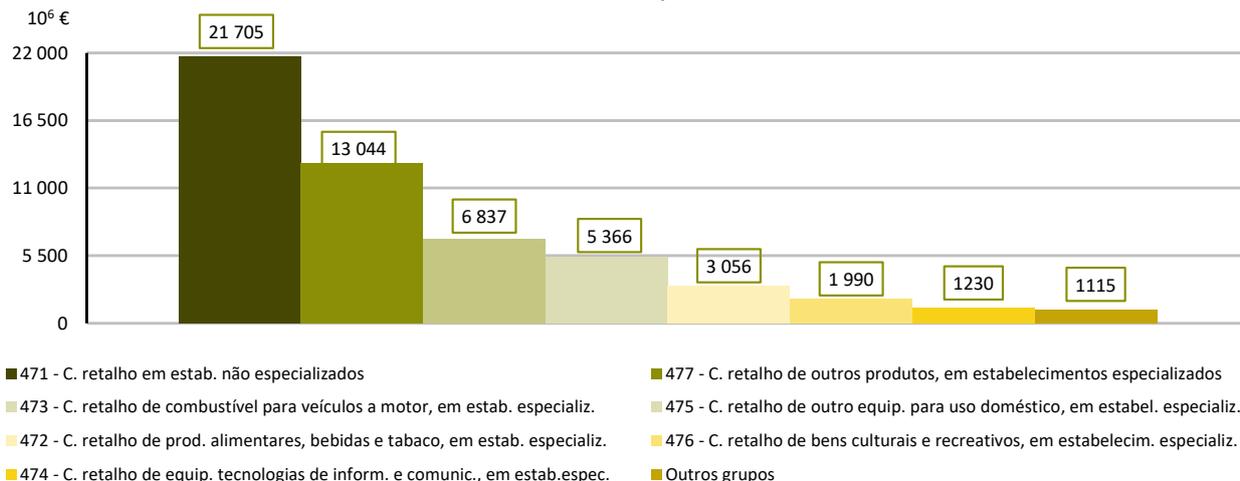


Fonte: INE, Sistema de Contas Integradas das Empresas, dados provisórios

No que se refere ao **comércio a retalho**, em 2019 a atividade de “*Comércio a retalho não especializado*” manteve-se como a principal responsável pelo VVN total do setor (39,9%, o equivalente a 21,7 mil milhões de euros), apresentando um aumento de 4,3% (+4,9% em 2018).

A atividade de “*Comércio a retalho de outros produtos em estabelecimentos especializados*” (grupo 477, que inclui estabelecimentos de comércio de vestuário, calçado, farmácias, ourivesarias, entre outros) registou o segundo maior VVN retalhista (13,0 mil milhões de euros, ou seja, 24,0%), com um acréscimo de 6,3% (+3,6% em 2018) e concentrou, também, o maior número de empresas de comércio a retalho (30,7%).

Figura 1.3.3.2 - Volume de Negócios das empresas de Comércio a retalho, por grupo de atividade económica, 2019

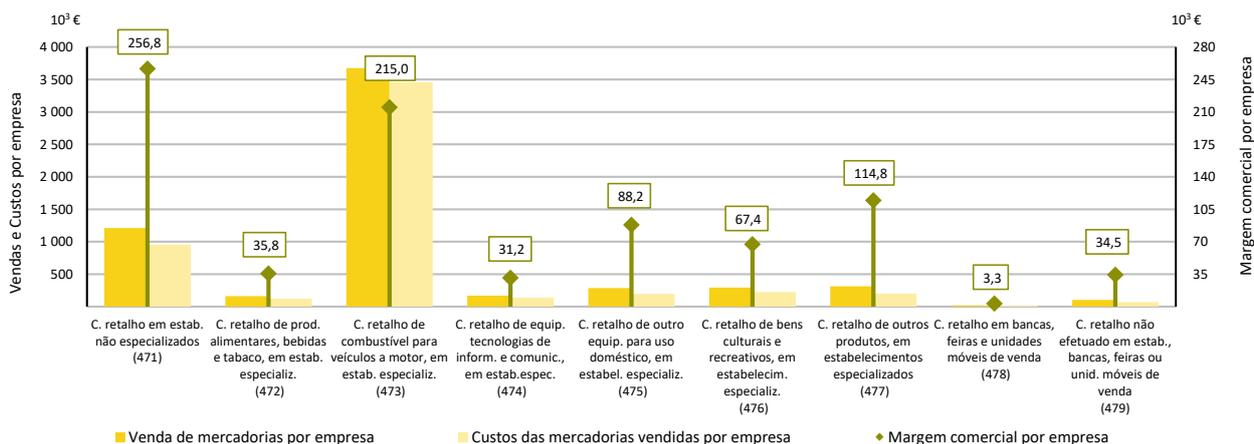


Margem Comercial (em valor) mais elevada em empresas de “Comércio a retalho não especializado”

Seguidamente apresentam-se os resultados da margem comercial (em valor) por empresa retalhista, calculados a partir da diferença entre vendas de mercadorias e respetivo custo (das mercadorias vendidas).

Em 2019, a atividade de “Comércio a retalho não especializado” (grupo 471 da CAE), onde se incluem hipermercados, supermercados e outras grandes superfícies dedicadas à venda de bens variados (eletrodomésticos, audiovisual, produtos culturais, etc.), continuou a registar a mais elevada margem comercial por empresa do comércio retalhista (256,8 mil euros; +6,1% que em 2018). Seguiu-se o “Comércio a retalho de combustível” (grupo 473), com uma margem comercial por empresa de 215,0 mil euros. Ao “Comércio de outros produtos em estabelecimentos especializados” (grupo 477), onde se incluem estabelecimentos de comércio de vestuário, calçado, farmácias, ourivesarias, entre outros, coube uma margem comercial de 114,8 mil euros por empresa.

Figura 1.3.3.3 - Margem comercial por empresa, por grupo de atividade económica, 2019



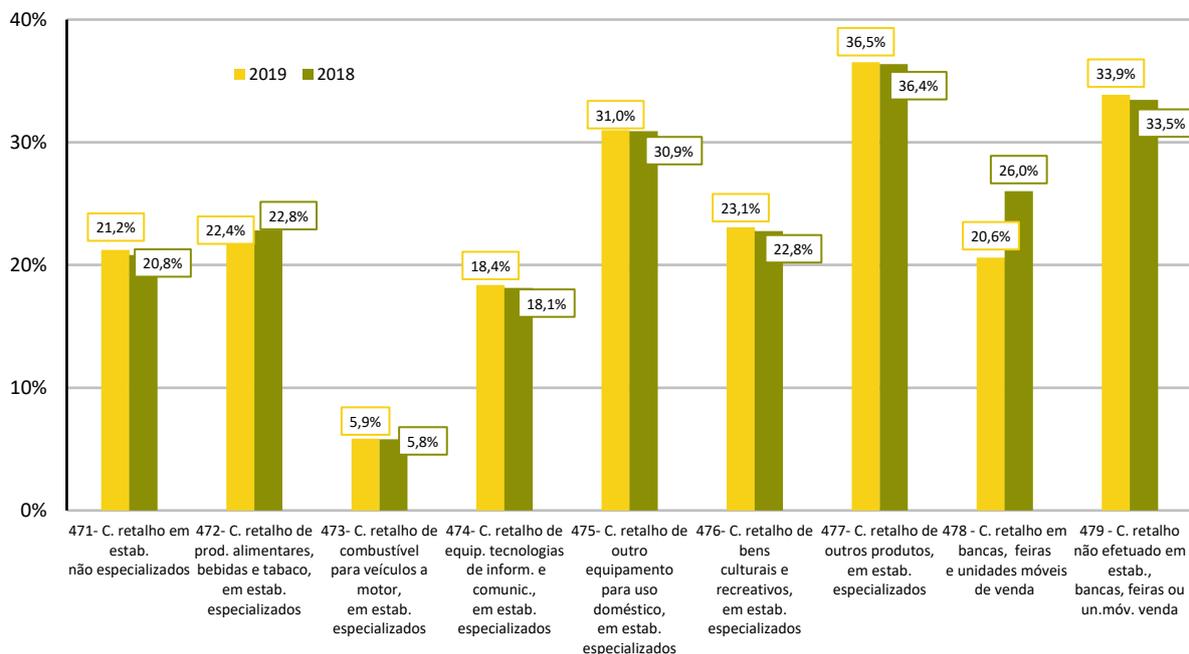
Fonte: INE, Sistema de Contas Integradas das Empresas, dados provisórios

A Margem Comercial (em percentagem) mais elevada nas empresas de “Comércio de outros produtos em estabelecimentos especializados”

Em termos percentuais (rácio margem comercial/vendas de mercadorias), a Margem Comercial mais elevada do comércio retalhista (36,5%, face a 36,4% em 2018) verificou-se na atividade de “Comércio de outros produtos em estabelecimentos especializados” (grupo 477), onde se incluem os estabelecimentos de comércio de vestuário, farmácias, ourivesarias, entre outros. À atividade do grupo 479, que inclui a comercialização de produtos por outros métodos de venda, nomeadamente, vendas por correspondência ou via internet ou outros

métodos de venda, coube uma margem comercial de 33,9% (33,5% em 2018). Por seu turno, a margem comercial em percentagem mais reduzida (5,9%, 5,8% em 2018) foi registada na atividade de “Comércio a retalho de combustíveis em estabelecimentos especializadas” (grupo 473).

Figura 1.3.3.4 - Margem comercial (%), por grupo de atividade económica, 2018-2019



Fonte: INE, Sistema de Contas Integradas das Empresas, dados provisórios

1.4 Comércio eletrónico

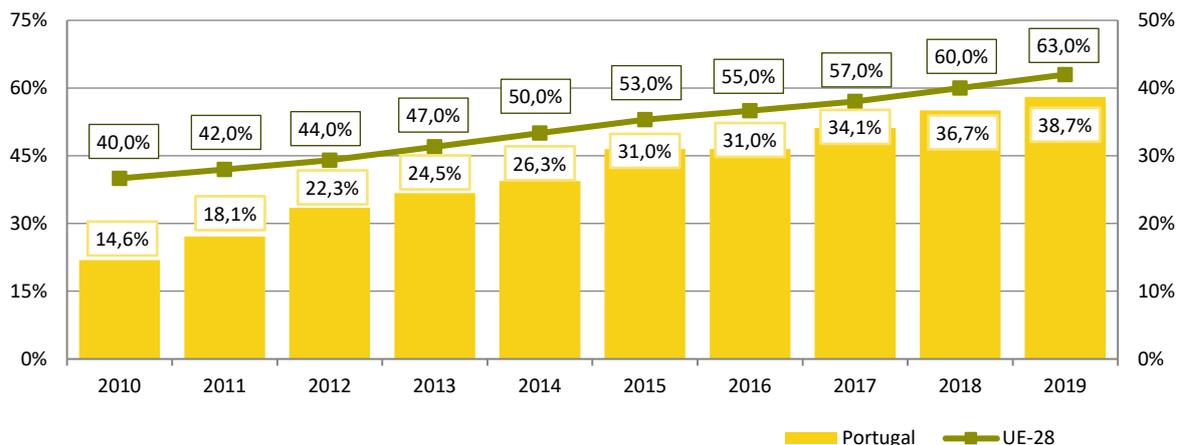
Utilização de Comércio eletrónico pelas famílias mais que duplicou em 10 anos

De acordo com o Inquérito à Utilização das Tecnologias da Informação e da Comunicação nas Famílias, em 2019, 38,7% dos residentes em Portugal com idades entre os 16 os 74 anos efetuaram compras através da Internet nos 12 meses anteriores à entrevista, valor que representa um aumento de 2 p.p., face a 2018.

A maioria destes compradores (71,0%) encontrava-se na faixa etária dos 25 a 34 anos, sendo que os homens compraram mais do que as mulheres (40,9% face a 36,7%) e que a população da Área Metropolitana de Lisboa liderou na percentagem das compras digitais (46,6%).

Refira-se ainda que em 2019, os principais produtos encomendados pelos indivíduos com idades entre os 16 e os 74 anos que utilizaram comércio eletrónico para fins privados nos primeiros três meses do ano ou no ano anterior foram “roupas e equipamentos desportivos” e “livros, revistas, jornais, material *e-learning*”. Em termos de serviços destacam-se as “viagens e alojamento”, seguindo-se os “bilhetes para espetáculos”.

Figura 1.4.1 - Proporção de pessoas com idade entre 16 e 74 anos que utilizaram comércio eletrônico nos 12 meses anteriores à entrevista, Portugal e UE-28, 2010-2019



Fonte: Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação nas Famílias

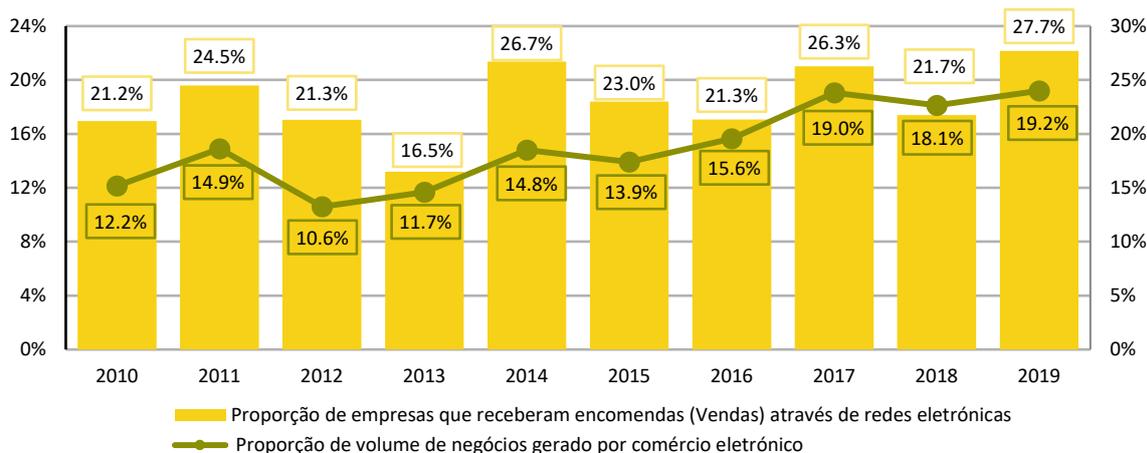
Ao nível do local de origem dos fornecedores de encomendas efetuadas por comércio eletrônico, Portugal foi o local de origem para 86,0% dos indivíduos com idade entre 16 e 74 anos que utilizaram comércio eletrônico para fins privados nos primeiros 3 meses do ano ou no ano anterior, sendo que 30,5% dos indivíduos referiu ter realizado encomendas em países exteriores à União Europeia.

Comércio eletrônico ganha expressão nas Empresas

Em 2019, o comércio eletrônico representou 19,2% do volume de negócios global das empresas de Comércio com 10 ou mais pessoas ao serviço, o equivalente a um acréscimo de 1,2 p.p. face ao ano anterior, segundo os resultados do Inquérito à Utilização das Tecnologias da Informação e da Comunicação nas Empresas.

A proporção de empresas de comércio (com 10 ou mais pessoas ao serviço) que recebeu encomendas (vendas de bens e serviços) através de redes eletrónicas⁸ registou um forte aumento, passando de 21,7% em 2018 para 27,7% em 2019.

Figura 1.4.2 - Comércio eletrônico em empresas de comércio (com 10 ou mais trabalhadores), 2010 – 2019



Fonte: Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação nas Empresas

⁸ Via website, apps ou intercâmbio eletrónico de dados EDI

2. Volume de Negócios e produtos vendidos na atividade de comércio

Neste capítulo apresentam-se os principais resultados do Inquérito às Empresas de Comércio (IECom) 2019 por atividade económica (CAE) principal das empresas, em especial a distribuição do volume de negócios das empresas por produtos (segundo a nomenclatura CPA 2008). A análise considera todo o volume de negócios das empresas, independentemente do destino dos produtos ser para o mercado nacional ou o estrangeiro, ou para efeitos de consumo intermédio ou final.

2.1 Produtos da atividade de comércio, manutenção e reparação automóvel

A divisão 45 da CAE, **Comércio, manutenção e reparação automóvel**, inclui empresas que realizam esta atividade de comércio por grosso ou/e a retalho, podendo as vendas abranger produtos novos ou usados.

Em 2019, as empresas de **Comércio, manutenção e reparação automóvel** geraram um volume de negócios total de 22,3 mil milhões de euros, 96,8% do qual relativo a produtos/serviços específicos da CPA 45 (Vendas por grosso e a retalho e serviços de reparação de veículos automóveis e motociclos), num montante global de 21,6 mil milhões de euros (+1,9% que em 2018).

As vendas de 'veículos automóveis' (CPA 451) corresponderam a um valor de 15,0 mil milhões de euros, o equivalente a 67,1% do volume de negócios (VVN) global das empresas classificadas na atividade de **Comércio, manutenção e reparação automóvel** (divisão 45 da CAE), e apresentaram um decréscimo de 1,1 p.p. (+1,9 p.p. em 2018).

Em oposição, as vendas de 'peças e acessórios para veículos automóveis' (CPA 453), que totalizaram 4,5 mil milhões de euros e abrangeram 20,2% do VVN global do setor de comércio automóvel, registaram um aumento de 0,9 p.p..

De igual modo, os 'serviços de manutenção e reparação de veículos automóveis e de motociclos', com 1,5 mil milhões de euros de VVN, verificaram um aumento de 0,1 p.p. na sua quota (6,9% em 2019).

Quadro 2.1.1. - Distribuição do VVN das empresas de Comércio, manutenção e reparação de veículos automóveis e motociclos (CAE 45), segundo os produtos CPA, 2019

Produtos (CPA 2008)	Volume de negócios		
	10 ³ euros	%	Evolução anual (em p.p.)
Volume de negócios	22 286 060	100,0	-
Vendas por grosso e a retalho e serviços de reparação de veículos automóveis e motociclos	21 583 939	96,8	-0,2
Veículos automóveis	14 950 061	67,1	-1,1
<i>dos quais:</i>			
Vendas por grosso de veículos ligeiros	6 717 099	30,1	-3,1
Vendas a retalho de veículos ligeiros	7 236 713	32,5	2,6
Peças e acessórios para veículos automóveis	4 505 206	20,2	0,9
<i>dos quais:</i>			
Vendas por grosso de peças e acessórios para veículos automóveis	2 218 055	10,0	0,2
Vendas a retalho de peças e acessórios para veículos automóveis	2 074 692	9,3	0,5
Serviços de manutenção e reparação de veículos automóveis e de motociclos	1 529 817	6,9	0,1
Motociclos, suas peças e acessórios	598 854	2,7	-0,1
Outros produtos e serviços	702 121	3,2	0,2

2.2 Produtos da atividade de comércio por grosso

O **comércio por grosso** (divisão 46 da CAE) destina-se à revenda para outros comerciantes, a empresas ou instituições, a intermediários e outras entidades, principalmente para consumo intermédio.

Em 2019, as empresas de **Comércio por grosso** produziram um volume de negócios total de 74,5 mil milhões de euros, 95,0% do qual resultado de produtos/serviços específicos da CPA 46 (Venda por grosso, exceto de veículos automóveis e motociclos), num valor de 70,7 mil milhões de euros (+4,5% face a 2018).

Nesse ano, os três principais grupos de produtos comercializados na atividade grossista foram a 'venda por grosso especializada, n.e.' (com 27,9% da globalidade do comércio por grosso, +0,7 p.p. que em 2018), os 'produtos alimentares, bebidas e tabaco' (26,0%, +0,2 p.p.) e os 'bens de consumo doméstico' (21,1%, +0,2 p.p.).

Quadro 2.2.1 - Distribuição do VVN das empresas de Comércio por grosso (CAE 46), segundo os produtos CPA, 2019

Grupos de produtos (CPA 2008)	Volume de negócios		
	10 ³ euros	%	Evolução anual (em p.p.)
Volume de negócios	74 454 904	100,0	-
Venda por grosso (exceto de veículos automóveis e motociclos)	70 716 639	95,0	0,7
Venda por grosso especializada, n.e.	20 788 936	27,9	0,7
Produtos alimentares, bebidas e tabaco	19 336 635	26,0	0,2
Bens de consumo doméstico	15 722 108	21,1	0,2
Outras máquinas, equipamentos e suas partes	4 750 878	6,4	-0,5
Produtos agrícolas brutos e animais vivos	3 676 157	4,9	-0,8
Equipamentos das tecnologias de informação e comunicação	3 303 101	4,4	0,0
Serviço de agentes de comércio	1 618 635	2,2	0,3
Vendas por grosso não especializadas	1 520 190	2,0	0,6
Outros produtos e serviços	3 738 265	5,0	-0,7

Mais de metade (52,9%) do VVN global da atividade grossista de 2019 teve origem na comercialização de somente 10 das 55 categorias de produtos comercializados neste setor.

Assim, em 2019, os 'combustíveis e derivados' mantiveram a sua representatividade, continuando a ser o produto mais comercializado na atividade de comércio por grosso (11,0%, tal como em 2018).

Os 'produtos farmacêuticos e instrumentos médico-cirúrgicos' reforçaram ligeiramente a sua representatividade (+0,1 p.p.), mantendo-se na segunda posição no conjunto dos produtos comercializados pelas empresas de comércio grossista, com 10,2% do total.

Os 'outros produtos intermédios' (com uma quota de 4,8%) foram o terceiro produto mais vendido no comércio por grosso, seguindo-se as 'bebidas (alcoólicas ou não)' e a 'madeira em bruto e outros materiais de construção' com quotas de 4,6% cada e com aumentos de representatividade de +0,8 p.p. e +1,2 p.p., respetivamente.

A 'carne e produtos à base de carne', com uma representatividade de 2,8% (tal como em 2018), tornou-se, em 2019, no 10º produto mais vendido em termos de comércio grossista.

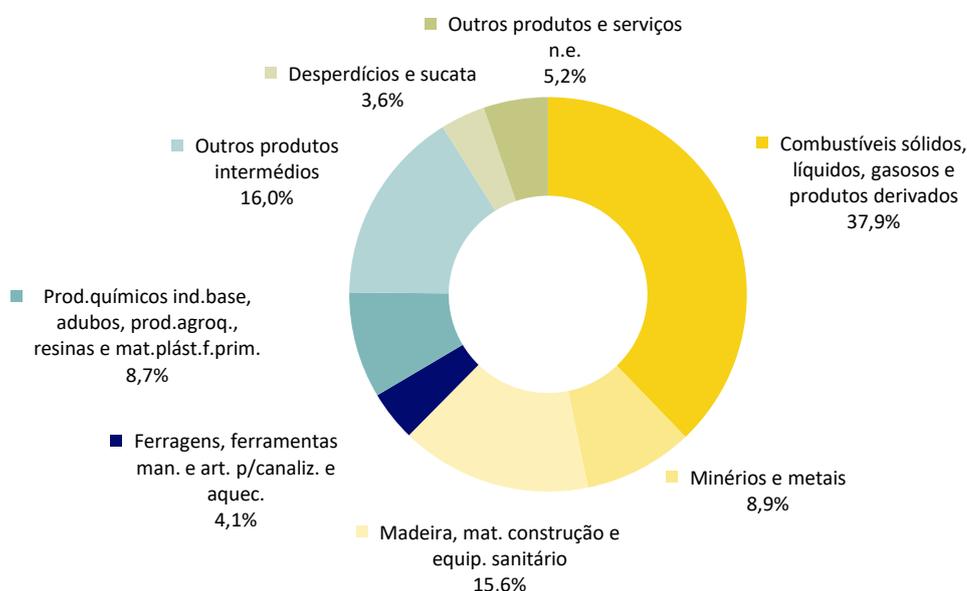
Quadro 2.2.2 - Principais produtos (CPA 2008) das empresas de Comércio por grosso - 2019

Produtos (CPA 2008)	Volume de negócios		
	10 ⁶ euros	%	Evolução anual (em p.p.)
Total	39 378 950	52,9	0,5
Combustíveis (sólidos, líquidos e gasosos) e derivados	8 191 980	11,0	0,0
Produtos farmacêuticos e instrumentos médico-cirúrgicos	7 607 247	10,2	0,1
Outros produtos intermédios (papel e cartão, fibras têxteis, matérias plásticas)	3 566 852	4,8	-0,3
Bebidas (alcoólicas ou não)	3 425 781	4,6	0,8
Madeira em bruto e outros materiais de construção	3 415 722	4,6	1,2
Frutos e produtos hortícolas	3 379 532	4,5	0,0
Cereais, tabaco em bruto, sementes e rações	2 691 406	3,6	-1,0
Tabaco (produtos)	2 539 315	3,4	0,0
Máquinas e equipamentos diversos	2 512 274	3,4	-0,3
Carne e produtos à base de carne	2 048 843	2,8	0,0

Produtos vendidos nas principais atividades do Comércio por grosso

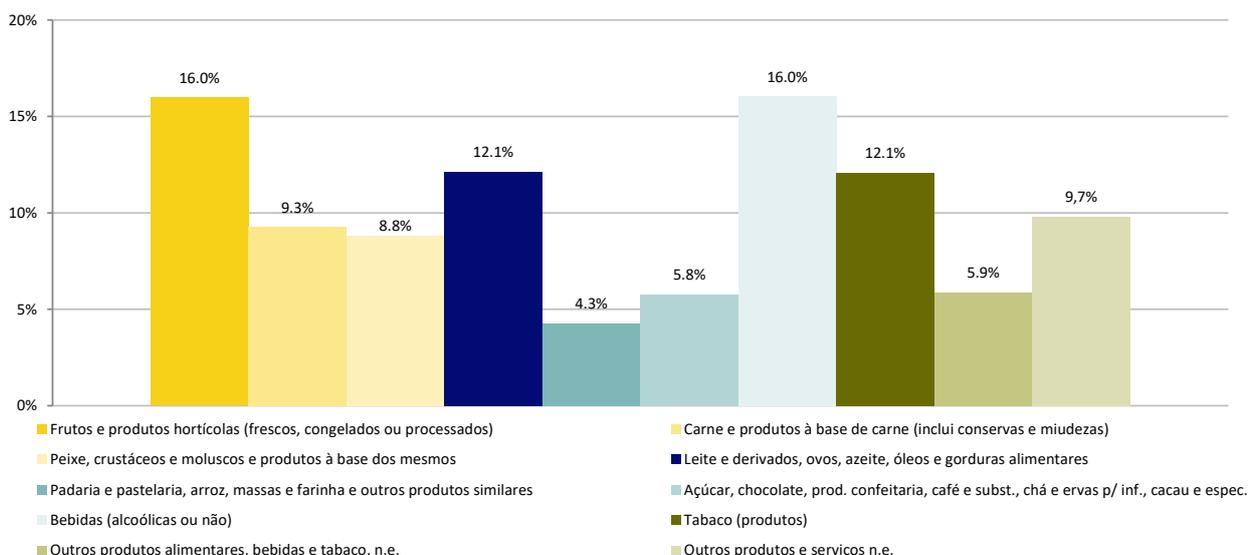
Em 2019, as empresas de **Comércio por grosso de combustíveis, metais, materiais de construção, ferragens e outros n.e.** (grupo 467 da CAE) continuaram a registar o VVN mais elevado de entre os vários grupos de atividades do setor grossista (21,5 mil milhões de euros; +2,0% face a 2018). Os 'combustíveis e derivados' (37,9%, +0,7 p.p.) foram o principal produto vendido nesta atividade, seguindo-se os 'outros produtos intermédios' (16,0%, -0,9 p.p.) onde se incluem produtos à base de papel e de cartão, as fibras têxteis naturais, artificiais e sintéticas, as matérias plásticas e borracha em formas primárias e outros produtos intermédios não agrícolas n.e.

Figura 2.2.1 - Empresas da CAE 467: Comércio por grosso de combustíveis, metais, materiais de construção, ferragens e outros produtos n.e. - Repartição do volume de negócios por produtos CPA, 2019



A atividade de **Comércio por grosso de produtos alimentares, bebidas e tabaco** (grupo 463 da CAE) manteve-se como a segunda atividade mais relevante do comércio grossista em termos de volume de negócios (21,0 mil milhões de euros; +5,6% face a 2018). De entre os produtos alimentares mais vendidos nesta atividade encontram-se os 'frutos e produtos hortícolas' (16,0%, +0,5 p.p.), o 'leite e derivados, ovos, azeite, óleos e gorduras alimentares' (12,1%, -0,7 p.p.) e a 'carne e produtos derivados' (9,3%, +0,5 p.p.). As 'bebidas (alcoólicas ou não)' e o 'tabaco (produtos)' contribuíram com 16,0% (+2,4 p.p.) e 12,1% (-0,4 p.p.), respetivamente, para o volume de negócios desta atividade grossista.

Figura 2.2.2 - Empresas da CAE 463: Comércio por grosso de produtos alimentares, bebidas e tabaco -
- Repartição do volume de negócios por produtos CPA, 2019



A terceira atividade mais importante no comércio grossista correspondeu ao **Comércio por grosso de bens de consumo** exceto alimentares/bebidas/tabaco (grupo 464 da CAE) com um VVN total de 15,2 mil milhões de euros. Os 'produtos farmacêuticos e instrumentos médico-cirúrgicos e ortopédicos' representaram praticamente metade do VVN desta atividade (49,6%; +1,0 p.p.), seguindo-se os 'eletrodomésticos, gravações áudio ou vídeo e material fotográfico ou ótico' com 9,1% (+0,4 p.p.) e os 'bens diversos para uso doméstico, livros, revistas, jornais, artigos de papelaria' com 8,7% (+0,3 p.p.).

2.3 Produtos da atividade de comércio a retalho

O **comércio a retalho** (divisão 47 da CAE) compreende a revenda (sem transformação) de bens novos ou usados realizada em estabelecimentos, feiras e mercados, ao domicílio, por correspondência, em venda ambulante, entre outras, e que se destinam a consumidores finais (indivíduos, empresas ou instituições).

Em 2019, as empresas de **comércio a retalho** realizaram um volume de negócios total de 54,3 mil milhões de euros, com 96,0% do mesmo a ter origem em produtos específicos da CPA 47 (Venda a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos), num montante global de 52,2 mil milhões de euros (+5,2% que em 2018).

Aos 'produtos de alimentação, bebidas e tabaco' (33,3%,) corresponderam 18,1 mil milhões de euros de volume de negócios, com perda de representatividade de 0,6 p.p. face a 2018.

Com um montante de 11,9 mil milhões de euros de vendas, o grupo de produtos 'combustíveis e outros produtos novos', onde se incluem também os artigos de ourivesaria e relojoaria, material fotográfico e ótico, produtos de limpeza, entre outros, foi responsável por 21,9% do VVN total do comércio retalhista (+0,1 p.p.). Também o 'vestuário, produtos médicos e farmacêuticos, artigos de higiene, entre outros' registou um ligeiro ganho de representatividade (21,4%, +0,1 p.p.), tendo gerado um volume de negócios de 11,6 mil milhões de euros.

Quadro 2.3.1 - Distribuição do VVN das empresas de Comércio a retalho, por produtos CPA, 2019

Grupos de produtos (CPA 2008)	Volume de negócios		
	10 ³ euros	%	Evolução anual (em p.p.)
Volume de negócios	54 343 650	100,0	-
Venda a retalho (exceto de veículos automóveis e motociclos)	52 185 254	96,0	-0,4
Combustíveis para veículos e de outros produtos novos n.e.	11 894 716	21,9	0,1
Frutos e produtos hortícolas, de carne, peixe, produtos de padaria, leite e seus derivados e de ovos	11 694 308	21,5	-0,5
Vestuário, produtos médicos e farmacêuticos, artigos de higiene, flores, plantas, animais de companhia e respetivos alimentos	11 629 929	21,4	0,1
Outros produtos alimentares, bebidas e tabaco	6 403 297	11,8	-0,1
Artigos de uso doméstico	4 129 521	7,6	0,1
Produtos culturais e recreativos	2 302 674	4,2	0,4
Equipamentos das tecnologias de informação e comunicação	2 152 505	4,0	-0,4
Material de construção e de ferragens	1 978 303	3,6	-0,1
Outros produtos e serviços	2 158 396	4,0	0,4

Em 2019, as 10 principais categorias de produtos do setor retalhista (de entre um conjunto de 47 categorias de produtos que compõem a nomenclatura em uso) foram responsáveis por 50,5% do seu VVN global.

O principal produto vendido no comércio a retalho em 2019 foi 'combustíveis para veículos' (13,5%) com aumento de importância relativa de 0,2 p.p. face a 2018. Seguiram-se o 'vestuário e acessórios' (7,0%) e os 'produtos farmacêuticos, médicos e ortopédicos' (5,8%), com perdas nas quotas respetivas de -0,1 p.p. e de -0,2 p.p..

Quadro 2.3.2 - Os 10 principais produtos das empresas de Comércio a retalho, 2019

Produtos (CPA 2008)	Volume de negócios		
	10 ³ euros	%	Evolução anual (em p.p.)
Total	27 470 572	50,5	-0,1
Combustíveis para veículos	7 323 171	13,5	0,2
Vestuário (exceto de desporto) e acessórios	3 804 666	7,0	-0,1
Produtos farmacêuticos, médicos e ortopédicos	3 156 283	5,8	-0,2
Produtos de higiene e cosmética	2 357 320	4,3	0,1
Carne fresca ou frigorificada (inclui animais vivos)	2 233 510	4,1	0,0
Frutos e produtos hortícolas frescos	2 208 137	4,1	0,0
Arroz, massa, farinha e outros farináceos; produtos homegeneizados e refeições pré-cozinhadas	1 887 746	3,5	0,0
Leite e derivados	1 814 491	3,3	-0,1
Produtos de pão, pastelaria e confeitaria	1 370 032	2,5	-0,2
Eletrrodomésticos	1 315 216	2,4	0,0

Produtos vendidos nas principais atividades do Comércio a retalho

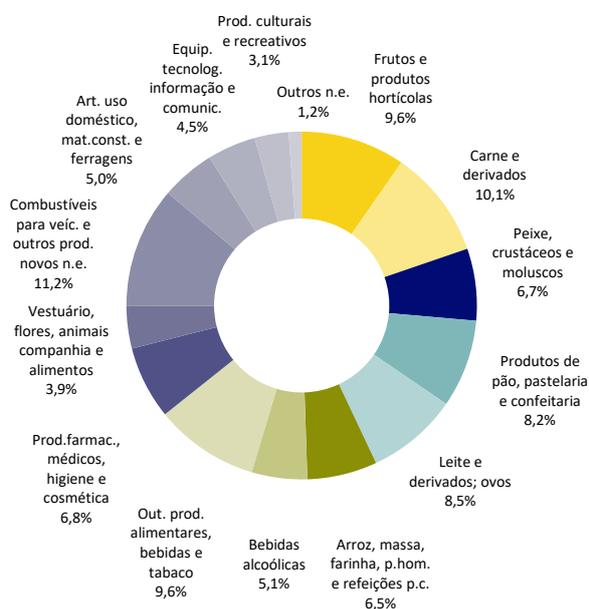
Tal como em anos anteriores, as duas atividades em evidência, de entre as diversas atividades de comércio a retalho, em termos de volume de negócios gerado em 2019 foram o **Comércio a retalho em estabelecimentos não especializados** (grupo 471 da CAE), com 39,9% (21,7 mil milhões de euros) do VVN total retalhista e o **Comércio a retalho de outros produtos em estabelecimentos especializados** (grupo 477 da CAE), com 24,0% (13,0 mil milhões de euros) do total. A atividade de **Comércio a retalho de combustível para veículos a motor** (grupo 473 da CAE) foi a terceira mais relevante (volume de negócios de 6,8 mil milhões de euros; peso de 12,6%).

Nas empresas de **Comércio a retalho em estabelecimentos não especializados** (CAE 471) os 'produtos alimentares, bebidas e tabaco' contribuíram com 64,1% para o VVN da atividade, com uma movimentação de 13,9 mil milhões de euros. De entre os produtos alimentares, destacam-se os 'frutos e hortícolas' (9,6% do total global), a 'carne e produtos derivados' (10,1%) e 'leite e derivados; ovos' (8,5%). Nestas empresas de comércio não especializado, os 'combustíveis e outros produtos novos n.e.' representaram 11,2% do VVN, enquanto os 'produtos farmacêuticos, médicos, de higiene e cosmética' alcançaram um peso de 6,8%.

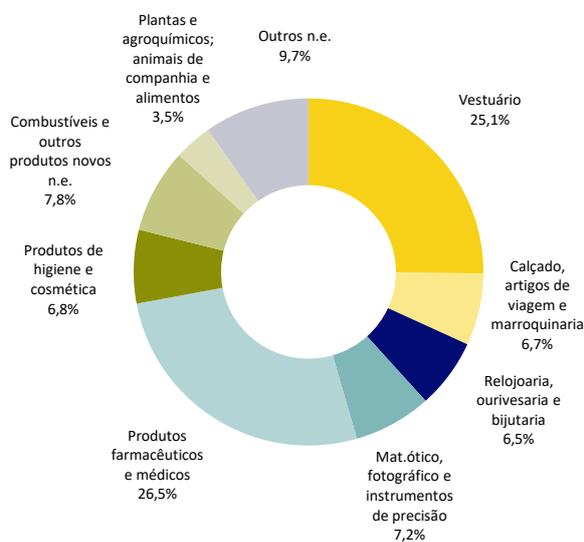
Nas empresas pertencentes ao **Comércio a retalho de outros produtos, em estabelecimentos especializados** (CAE 477) são de salientar os 'produtos farmacêuticos, médicos e ortopédicos' (26,5% do VVN), o 'vestuário' (25,1%) e os 'combustíveis e outros produtos novos n.e.' (7,8%). Refira-se ainda os pesos de 7,2% no 'material ótico, fotográfico e instrumentos de precisão' e de 6,8% nos 'produtos de higiene e cosmética'.

Figuras 2.3.1 e 2.3.2 - Empresas de Comércio - Principais produtos por grupo de atividade de Comércio a retalho, 2019

Comércio a retalho em estabelecimentos não especializados (CAE 471)



Comércio a retalho de outros produtos, em estabelec. especializados (CAE 477)



3. Unidades Comerciais de Dimensão Relevante

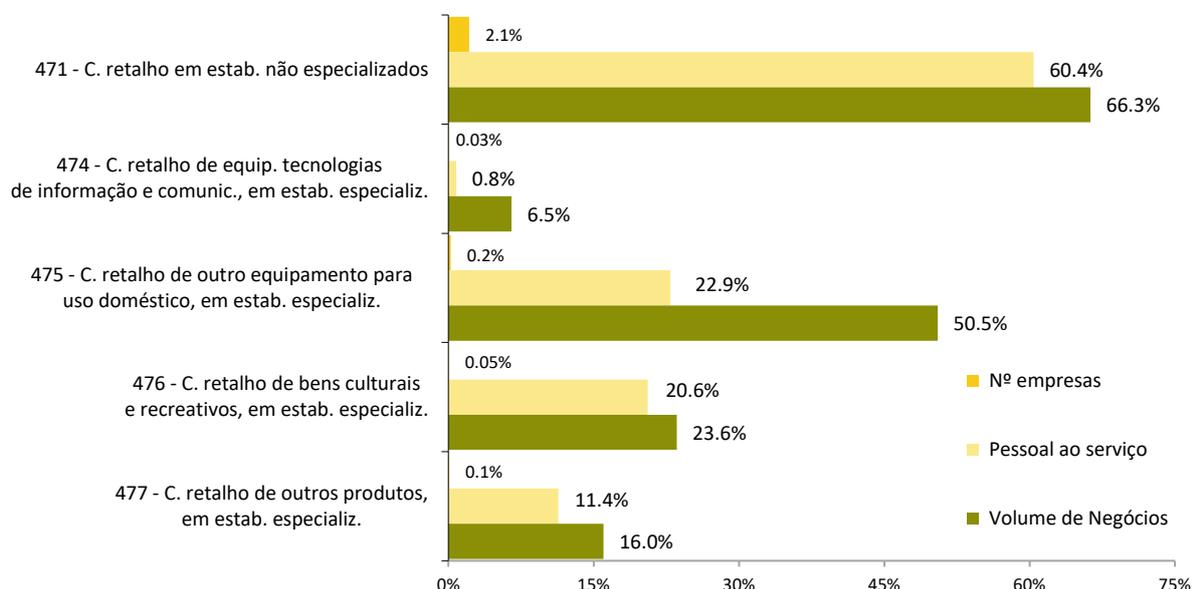
3.1 As UCDR no contexto do comércio a retalho

Os estabelecimentos que integram as “Unidades Comerciais de Dimensão Relevante (UCDR)” pertencem a um Universo específico⁹ e realizam a sua atividade económica principal (CAE) ao nível do comércio a retalho (grupos 471, 472 e 474 a 477) e/ou ao nível do comércio automóvel (grupo 453- peças e acessórios).

De acordo com a informação do Sistema de Contas Integradas das Empresas, em 2019, as empresas com estabelecimentos UCDR foram responsáveis por 45,5% do VVN total do Universo considerado (45,4% em 2018) e por 32,4% do total de trabalhadores (31,4% em 2018), embora representem somente 0,5% do número de empresas nas respetivas atividades (tal como em 2018).

As UCDR a laborar no grupo 471 da CAE (onde se incluem as cadeias de hiper e supermercados) foram responsáveis por 66,3% do VVN total desse grupo (67,1% em 2018), tendo ainda assegurado emprego a 60,4% do pessoal ao serviço também nesse grupo (59,2% no ano anterior).

Figura 3.1.1 - UCDR - Representatividade das UCDR no universo de Comércio considerado, 2019



3.2 Caracterização dos estabelecimentos

Em 2019 encontravam-se em funcionamento em Portugal 3 612 estabelecimentos classificados como UCDR, dos quais 51,6% dedicados principalmente ao comércio a retalho não alimentar ou sem predominância alimentar¹⁰ e os restantes dedicados ao comércio a retalho alimentar ou com predominância alimentar¹¹. Face a 2018, registou-se um aumento de 1,5% no número total de estabelecimentos (após +1,8% em 2018), verificando-se um acréscimo quer no segmento do retalho alimentar (+1,3%; -0,1% em 2018) quer no segmento do retalho não alimentar (+1,7%; +3,6% em 2018).

⁹ Ver critérios de seleção do universo UCDR no capítulo 5 – Metodologias, Conceitos e Nomenclaturas.

¹⁰ Por simplificação de linguagem será adiante designado por comércio a retalho não alimentar.

¹¹ Por simplificação de linguagem será adiante designado por comércio a retalho alimentar.

Quadro 3.2.1 - UCDR - Principais resultados e alguns indicadores, 2019

Variáveis/Indicadores	Unidade	Comércio a retalho		
		Total	Alimentar ou com predominância alimentar	Não alimentar ou sem predominância alimentar
Nº estabelecimentos	n.º	3 612	1 747	1 865
Área de Exposição e Venda				
Total	m ²	3 905 849	2 181 020	1 724 829
Média	m ²	1 081	1 248	925
Nº de horas abertos ao público				
Total	h	16 200 139	7 738 031	8 462 108
Média anual por estabelecimento (a)	h	4 485	4 429	4 537
Média diária por estabelecimento	h	12,4	12,3	12,6
Nº de Pessoas ao Serviço				
Total	n.º	124 535	83 228	41 307
Do qual:				
A tempo completo	n.º	86 172	60 148	26 024
Do sexo feminino	n.º	84 013	57 791	26 222
Média por estabelecimento	n.º	34,5	47,6	22,1
Volume de Negócios (b)				
Total	10 ³ €	20 007 242	13 405 913	6 601 330
Volume de Vendas (b)				
Total	10 ³ €	19 785 784	13 328 237	6 457 547
Média por estabelecimento	10 ³ €	5 478	7 629	3 462
Média por m ² de AEV	€	5 066	6 111	3 744
Número de transações				
Total	n.º	1 036 593 437	822 272 153	214 321 284
Média por estabelecimento	n.º	286 986	470 677	114 918
Média por m ² de AEV	n.º	265	377	124
Valor de vendas médio por transação (b)	€	19,1	16,2	30,1

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

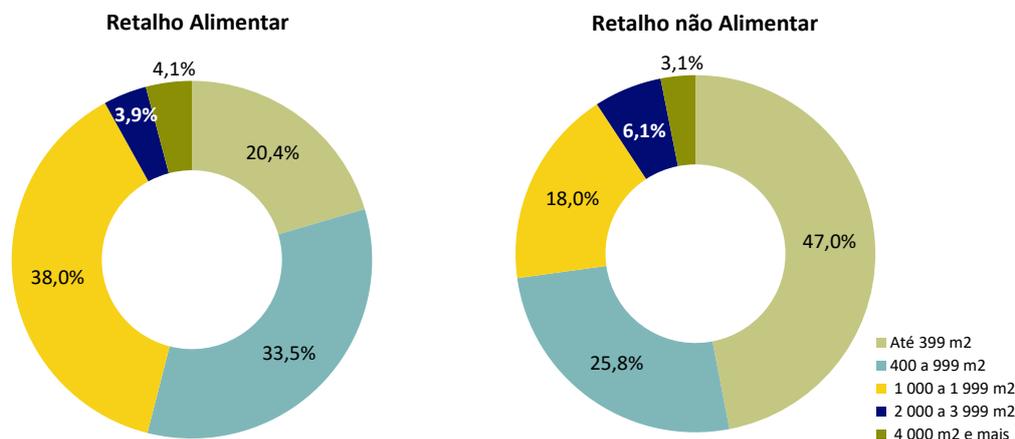
(b) - Não inclui IVA

3.2.1 Área de Exposição e Venda (AEV)

As 1 747 unidades de comércio a retalho alimentar em atividade em 2019 (+22 que em 2018) ocupavam uma área de exposição e venda (AEV) de 2,2 milhões de m² (+2,2%; +0,7% em 2018). Em média, a AEV de cada UCDR alimentar era de 1 248 m² (+0,9%; +0,7% em 2018). As unidades de retalho alimentar com AEV entre 1000 e 1999 m² foram as mais representadas, cabendo-lhes 38,0% do total de estabelecimentos (+1,8 p.p. que em 2018).

No comércio a retalho não alimentar contabilizaram-se 1 865 estabelecimentos em 2019 (+32 unidades) com uma AEV de 1,7 milhões de m² (-0,5%, +3,1% em 2018). AAEV média de cada unidade de retalho não alimentar fixou-se em 925 m² (-2,2%). Neste segmento, a maioria dos estabelecimentos era de reduzida dimensão, com uma AEV inferior a 399 m² (47,0%; -0,4 p.p.).

Figura 3.2.1.1 - UCDR - Comércio a retalho com predominância alimentar - Distribuição do número de estabelecimentos, por escalões de AEV, 2019



3.3 Pessoal ao serviço

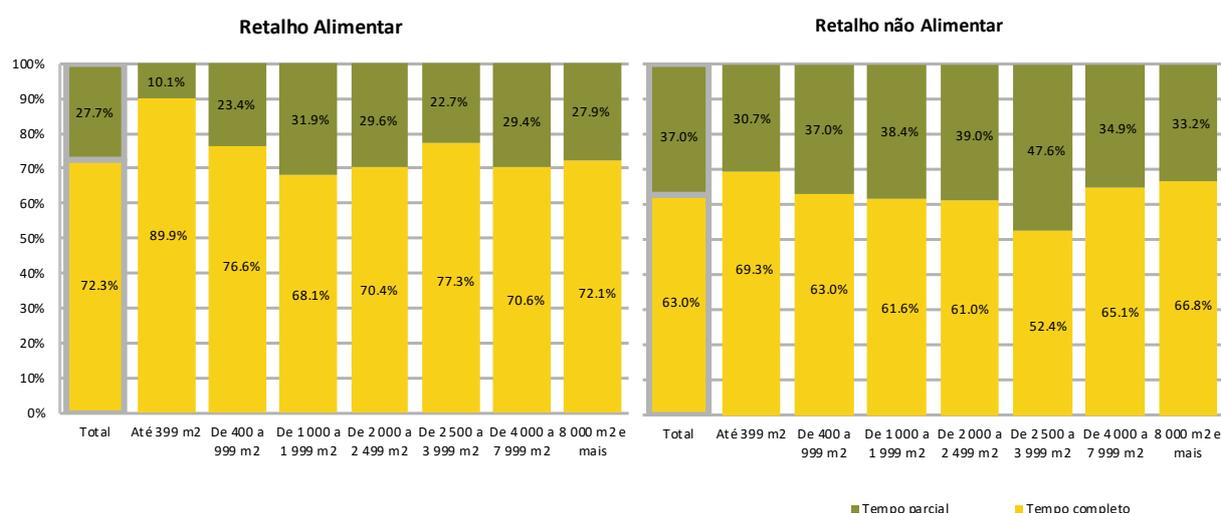
O pessoal ao serviço em estabelecimentos UCDR em 2019 situou-se em 124,5 mil trabalhadores (+5,7%, após +2,8% em 2018), dos quais 66,8% afetos a unidades de retalho alimentar (-1,4 p.p. que em 2018).

No pessoal ao serviço nas UCDR prevaleceram mulheres (67,5%, -1,0 p.p. que em 2018) e trabalhadores a tempo completo (69,2%, +0,4 p.p. que em 2018). O pessoal ao serviço a tempo parcial teve maior expressão nas unidades de retalho não alimentar (37,0%; 37,7% em 2018) que nas unidades alimentares (27,7%; 28,2% em 2018).

Em 2019 cada UCDR empregava, em média, 34,5 trabalhadores (33,1 em 2018). O retalho alimentar continuou a empregar um maior número médio de trabalhadores por unidade (47,6 em 2019, após 46,6 em 2018), tendo o retalho não alimentar empregado 22,1 trabalhadores por estabelecimento (face a 20,4 em 2018).

Nas unidades de retalho alimentar, o trabalho a tempo parcial incidiu, especialmente, naquelas com AEV compreendida entre os 1 000 e os 1 999 m² (31,9%) e entre os 4 000 e os 7 999 m² (29,4%). Nas unidades de retalho não alimentar, as de dimensão compreendida entre os 2 500 e os 3 999 m² registaram uma assinalável proporção de trabalho a tempo parcial (47,6%).

Figura 3.3.1 - Repartição do pessoal ao serviço segundo a duração do trabalho, por escalão de AEV, 2019



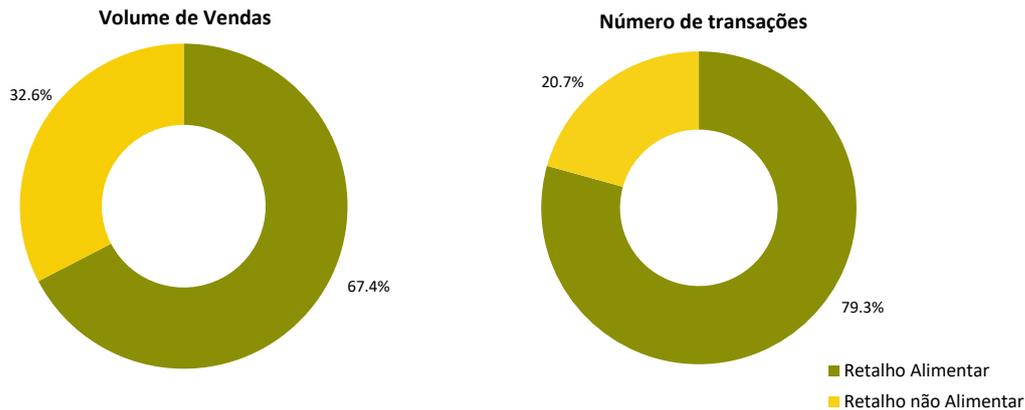
3.4 Volume de negócios e número de transações

Em 2019, o Volume de Negócios das UCDR atingiu 20,0 mil milhões de euros¹², valor que representa um acréscimo de 6,5% face ao ano anterior (+3,0% em 2018). As vendas de mercadorias corresponderam a 19,8 mil milhões de euros, das quais 67,4% afetas a retalho alimentar (13,3 mil milhões de euros).

O número de transações comerciais ocorridas nas UCDR fixou-se em 1 036,6 milhões em 2019 (+2,0%), com maior incidência no segmento do retalho alimentar (79,3%).

¹² Todos os valores sem IVA

Figura 3.4.1 - UCDR - Distribuição do volume de vendas e do número de transações, segundo a atividade, 2019



3.4.1 Volume de Vendas

Unidades de Retalho Alimentar

As UCDR de retalho alimentar geraram um volume de vendas de 13,3 mil milhões de euros (+4,2%; +3,4% em 2018). Em média, cada estabelecimento deste segmento realizou um volume de vendas de 7,6 milhões de euros (+2,9%, após +3,4% em 2018). Nos estabelecimentos inseridos no escalão de AEV mais elevado (8 000 ou mais m²) este indicador ascendeu a 49,5 milhões de euros, também com evolução positiva de 1,7%.

Em 2019 realizaram-se 822,3 milhões de transações nas unidades de retalho alimentar (+1,8%, após +0,2% em 2018), com um montante médio por transação de 16,2 euros (+2,4%). O valor das vendas por transação oscilou entre 8,5 euros, nas unidades com AEV até 399 m², e 24,3 euros, nas unidades com AEV igual ou superior a 8 000 m².

Quadro 3.4.1.1 - UCDR - Número de transações e vendas médias em estabelecimentos de Comércio a retalho com predominância alimentar, por escalões de AEV, 2019

Escalões de AEV	Valor de vendas médio por estabelecimento (a)	Valor de vendas médio por m ² de AEV (a)	Número médio de transações por estabelecimento	Valor de vendas médio por transação (a)
	€	€	nº	€
Total	7 629 214	6 111	470 677	16.2
Até 399 m ²	1 160 002	4 892	136 490	8.5
De 400 a 999 m ²	5 181 563	6 786	387 299	13.4
De 1 000 a 1 999 m ²	8 964 223	6 467	557 825	16.1
De 2 000 a 2 499 m ²	14 227 806	6 697	693 660	20.5
De 2 500 a 3 999 m ²	17 878 110	5 429	859 119	20.8
De 4 000 a 7 999 m ²	32 027 907	5 477	1 479 639	21.6
8 000 m ² e mais	49 501 762	4 991	2 036 240	24.3

(a) - Não inclui IVA

Unidades de Retalho não Alimentar

O volume de vendas das UCDR de retalho não alimentar em 2019 situou-se em 6,5 mil milhões de euros, o equivalente a uma subida de 10,7% (+2,0% em 2018).

O número de transações realizadas por estas unidades (214,3 milhões) cresceu 3,1% (-6,0% em 2018), o que resultou num valor médio por transação de 30,1 euros (+7,5%). Este indicador apresenta uma relação direta com a AEV dos estabelecimentos, sendo crescente com o aumento da área: o menor valor médio por transação regista-se nas unidades com AEV até 399 m² (20,8 euros) e o valor mais elevado nas unidades com AEV entre 4 000 m² e 7 999 m² (36,9 euros).

Quadro 3.4.1.2 - UCDR - Número de transações e vendas médias em estabelecimentos de Comércio a retalho sem predominância alimentar, por escalões de AEV, 2019

Escalões de AEV	Valor de vendas médio por estabelecimento (a)	Valor de vendas médio por m2 de AEV (a)	Número médio de transações por estabelecimento	Valor de vendas médio por transação (a)
	€	€	nº	€
Total	3 462 492	3 744	114 918	30,1
Até 399 m ²	870 403	4 569	41 875	20,8
De 400 a 999 m ²	1 893 031	3 206	71 779	26,4
De 1 000 a 1 999 m ²	5 304 253	3 575	168 415	31,5
De 2 000 a 2 499 m ²	6 718 673	3 056	205 778	32,7
De 2 500 a 3 999 m ²	11 248 652	3 557	333 831	33,7
De 4 000 a 7 999 m ²	14 035 999	2 625	380 385	36,9
8 000 m ² e mais	83 412 248	5 854	2 394 819	34,8

(a) - Não inclui IVA

3.4.2 Volume de Vendas por Categoria de Produtos

Unidades de Retalho Alimentar

Relativamente aos principais produtos vendidos, em 2019 os **‘produtos alimentares, bebidas e tabaco’** representaram 73,1% (-0,3 p.p. que em 2018) das vendas dos estabelecimentos comerciais dedicados principalmente ao retalho alimentar, com vendas no valor de 9,7 mil milhões de euros (+3,8%).

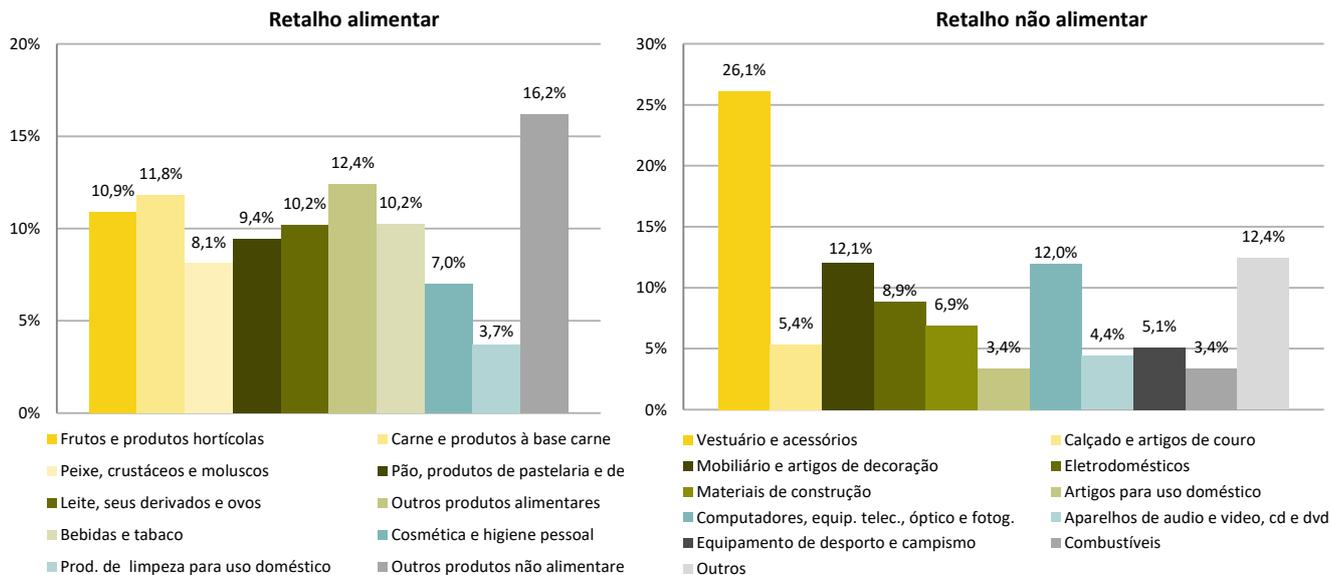
Nestas unidades, as vendas de os ‘outros produtos alimentares’, onde se inclui o arroz, massas e cereais, entre outros, geraram as maiores vendas (12,4% do total global de vendas, -0,1 p.p. que em 2018), seguindo-se a ‘carne e produtos à base de carne’ (11,8%, +0,1 p.p.) e os ‘frutos e produtos hortícolas’ (10,9%, -0,1 p.p.).

As vendas de **produtos de natureza não alimentar** totalizaram 3,6 mil milhões de euros em 2018 (+5,3%), ou seja, 26,9% do volume de vendas das unidades de retalho alimentar. Neste conjunto, as principais categorias de produtos vendidos foram os ‘outros’ produtos não alimentares – onde se inclui o combustível (16,2% do total global, +0,2 p.p. face a 2018), os de ‘cosmética e higiene pessoal’ (7,0%, idem em 2018) e os de ‘limpeza para uso doméstico’ (3,7%, +0,1 p.p.).

Unidades de Retalho não Alimentar

Tal como no ano anterior, em 2019 a venda de ‘vestuário e acessórios’ gerou a maior parcela de vendas das unidades de retalho não alimentar (26,1% do total, sem alterações face a 2018). Seguiu-se as vendas de ‘mobiliário de uso doméstico, material de iluminação, têxteis para o lar e retrosaria’ (12,1%, -0,5 p.p.) e as vendas de ‘computadores, material ótico, fotográfico e de telecomunicações’ (12,0% do total, -1,1 p.p.).

Figura 3.4.2.1 - UCDR - Distribuição do volume de vendas, por categoria de produtos, 2019

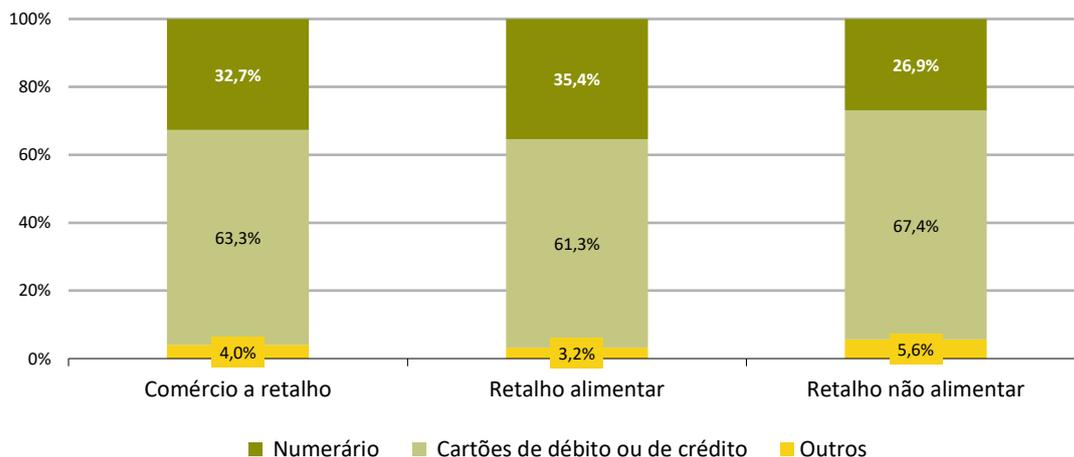


3.5 Meios de Pagamento

Em 2019, manteve-se a tendência de aumento de utilização de cartões de crédito e débito em unidades de retalho alimentar, os quais abrangeram 61,3% das vendas realizadas (59,2% em 2018 e 57,7% em 2017). Por oposição, os pagamentos em numerário continuaram a decrescer, representando 35,4% das vendas (37,6% em 2018 e 38,9% em 2017).

Nas unidades de retalho não alimentar, verificou-se igualmente um reforço da utilização de cartões de débito e de crédito (+2,7 p.p.), associado a 67,4% das vendas realizadas, e a uma diminuição dos pagamentos em numerário (26,9%, -2,2 p.p. face a 2018) e dos outros meios de pagamento (5,6%, -0,6 p.p.).

Figura 3.5.1 - UCDR - Percentagem de vendas segundo os meios de pagamento, 2019

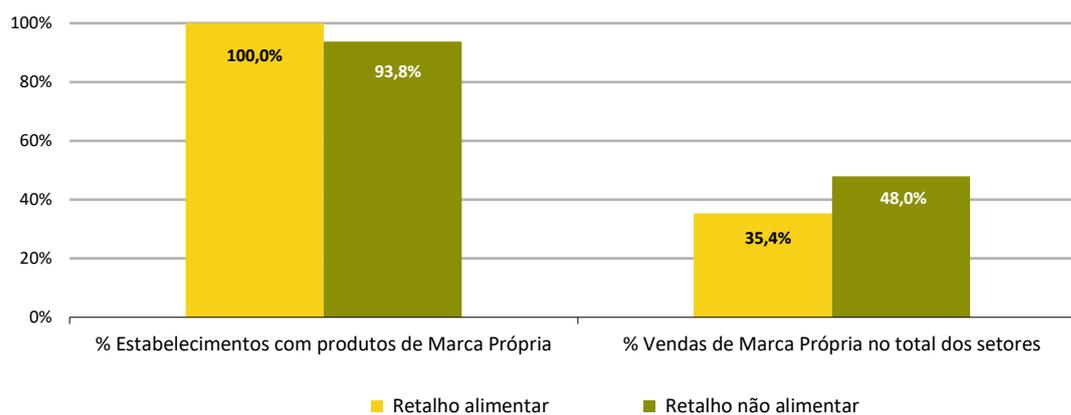


3.6 Marca Própria

Tal como em anos anteriores, todas as UCDR de retalho alimentar disponibilizaram produtos de marca própria em 2019. A venda de produtos de marca própria destas unidades abrangeu 35,4% das vendas globais (-0,5 p.p. que em 2018), num total de 4,7 mil milhões de euros (+2,6%, após +7,4% em 2018).

Ao nível do retalho não alimentar, em 2019, 93,8% dos estabelecimentos vendiam produtos de marca própria (+0,1 p.p. face a 2018), com uma representatividade de 48,0% das vendas globais destas unidades (tal como em 2018), o equivalente a 3,1 mil milhões de euros (+10,6% face a 2018).

Figura 3.6.1 - UCDR - Importância dos produtos de Marca Própria, 2019





[META-INFORMAÇÃO ESTATÍSTICA]



4. Metainformação Estatística

4.1 Metodologias

4.1.1 Inquérito às Empresas de Comércio

O Inquérito às Empresas de Comércio (IECom) visa obter informação relativa à estrutura das vendas das empresas de comércio segundo o tipo de produtos comercializados, abrangendo as atividades de Comércio Automóvel, Comércio por Grosso e a Retalho. Responde aos Regulamentos CE nºs 295/2008, 250/2009 e 251/2009, relativos às Estatísticas Estruturais das Empresas.

Âmbito, periodicidade e recolha

O IECom é um inquérito amostral, de realização anual, dirigido às empresas em Portugal cuja atividade principal é o comércio, tendo em conta a sua atividade, dimensão e localização nas regiões. A recolha realiza-se por via postal ou eletrónica (registo on-line/WebInq).

É especialmente vocacionado para o conhecimento detalhado da estrutura de vendas das empresas de acordo com os seus produtos. Estes são inquiridos de acordo com a nomenclatura de produtos CPA 2008, em nível de detalhe harmonizado com o Inquérito aos Estabelecimentos Comerciais - Unidades Comerciais de Dimensão Relevante (UCDR), evitando-se assim a dupla inquirição das maiores empresas do setor retalhista.

UNIVERSO DE REFERÊNCIA

O Universo de referência é constituído pelo conjunto de empresas do universo com atividade principal na **Secção G**: Comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis e motociclos, em conjunto com os restantes critérios de constituição de bases de amostragem dos inquéritos às empresas.

As empresas que respondem ao inquérito às UCDR fazem igualmente parte da população alvo, mas, se selecionadas, não são inquiridas, dado a informação necessária poder ser extraída daquele inquérito.

DESENHO, SELEÇÃO E DIMENSÃO DA AMOSTRA

Para efeitos de seleção da amostra, constituiu-se uma base de seleção estratificada pelas seguintes variáveis:

- CAE rev.3
- NUTS II
- Escalões de volume de negócios

Consideraram-se para inquirição exaustiva as empresas com VVN igual ou superior a 20 000 000 € (de acordo com escalões de volume de negócios previstos no Regulamento CE nº 250/2009), exceto para a divisão 46, na qual se consideraram exaustivas as empresas com VVN igual ou superior a 50 000 000 €. Para cada divisão i ($i=45, 46, 47$) a distribuição da amostra pelos estratos foi realizada por três métodos distintos, a saber:

a) Distribuição ótima de Neyman, pela expressão
$$n_{1h} = \frac{N_h S_h}{\sum_h N_h S_h} n_i$$

b) Proporcional ao volume de negócios, pela expressão
$$n_{2h} = \frac{VVN_h}{\sum_h VVN_h} n_i$$

c) Proporcional à dimensão, pela expressão
$$n_{3h} = \frac{N_h}{\sum_h N_h} n_i$$

Onde n_i é a dimensão da amostra definida para a divisão i ; N_{ih} é o número de empresas do universo no estrato h , da divisão i ; S_{ih} é o desvio padrão no estrato h para a variável VVN, da divisão i ; VVN_{ih} é o VVN no estrato h , da divisão i .

Para obter a dimensão final de cada estrato, determinou-se o máximo entre estes 3 valores, ou seja, a dimensão da amostra, no estrato h , da divisão i é $n_{ih} = \max(n_{1h}, n_{2h}, n_{3h})$.

Considerou-se ainda que a dimensão mínima por estrato seria de 5 empresas.

As três divisões da secção G (45, 46 e 47) da CAE rev.3 evidenciam um universo de empresas com padrões muito distintos, pelo que a metodologia adotada passa por algumas especificidades para cada divisão, nomeadamente ao nível do desdobramento do primeiro escalão de VVN e da aglutinação pontual de alguns escalões de VVN em casos de rarefação.

Para o dimensionamento e seleção da amostra é utilizado o software SAS.

VARIÁVEIS DE OBSERVAÇÃO/DIFUSÃO

- Número de estabelecimentos
- Área de Exposição e Venda
- Volume de negócios por categorias de produtos
- Vendas de produtos de marca própria
- Meios de pagamento utilizados

Os resultados publicados são desagregados segundo a CAE Rev.3 e a nomenclatura de produtos CPA 2008.

A desagregação da CAE Rev.3 traduz-se na desagregação em três grupos de atividade, resultantes do agrupamento dos estabelecimentos pertencentes às divisões 45, 46 e 47 até ao 3.º nível.



4.1.2 Inquérito às Unidades Comerciais de Dimensão Relevante

O Inquérito aos Estabelecimentos Comerciais – Unidades Comerciais de Dimensão Relevante (UCDR) visa observar as características principais destas unidades com o objetivo de caracterizar o perfil do conjunto destes estabelecimentos e de produzir informação económica não observada por outros inquéritos, nomeadamente na vertente regional apurada ao nível do estabelecimento.

Âmbito, periodicidade e recolha

Esta operação estatística tem suporte num inquérito exaustivo às unidades comerciais abrangidas pelo conceito estatístico de UCDR adiante descrito; tem uma periodicidade anual e inquire diretamente os estabelecimentos por via eletrónica ou postal.

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 infraestruturas, a área, dados relativos ao número de transações, aos meios de pagamento, ao pessoal ao serviço, às remunerações, ao volume de negócios, ao volume de vendas por produto (segundo a nomenclatura CPA 2008), 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 atividade 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 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.

UNIVERSO DE REFERÊNCIA

É constituído pelas unidades de dimensão relevante de:

- Comércio a Retalho em Estabelecimentos não Especializados (grupo 471 da CAE Rev. 3);
- Comércio a Retalho em Estabelecimentos Especializados (grupos 472 e 474 a 477 da CAE Rev. 3).

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
- N° de horas aberto ao público
- Número de caixas de saída
- Número de estabelecimentos
- Número de transações
- Pessoal ao serviço
- Pessoal ao serviço por duração do trabalho
- Pessoal ao serviço por género
- Volume de negócios por produtos

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

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

4.2 Conceitos Estatísticos

comércio a retalho - compreende a atividade de revenda a retalho (sem transformação), de bens novos ou usados, feita em estabelecimentos, em feiras e mercados, ao domicílio, por correspondência, em venda ambulante e por outras formas, destinados ao consumo público em geral, empresas e outras instituições.

comércio por grosso - compreende a atividade de revenda por grosso (sem transformação), de bens novos ou usados a comerciantes (retalhistas ou grossistas), a industriais, a utilizadores institucionais e profissionais ou a intermediários. Os bens podem ser revendidos em bruto, isto é, tal como foram adquiridos, ou após a realização de algumas operações associadas ao comércio por grosso.

estabelecimento de comércio - estabelecimento situado num local topograficamente identificado, onde é exercida, exclusiva ou principalmente, uma ou mais atividades de comércio, com exceção das respeitantes à reparação de bens pessoais e domésticos.

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 atividade 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 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.
- d) 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.

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.

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

outlet centre - conjunto de estabelecimentos de venda a retalho e de serviços onde fabricantes e retalhistas vendem mercadorias, na sua maioria, com desconto no preço, para escoamento rápido de stocks ou por se tratar de produtos descontinuados ou com pequenos defeitos.

retail park - conjunto de estabelecimentos de venda a retalho e de serviços que são concebidos, realizados e organizados como uma unidade, sendo os seus estabelecimentos de dimensão superior à habitualmente verificada nos centros comerciais e estando integrados num espaço aberto para a via pública, com acesso direto ao parque de estacionamento ou a áreas pedonais.

marca própria (marca do distribuidor) - marca utilizada pelo distribuidor para identificar artigos comercializados apenas nos seus estabelecimentos.

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 diretamente a exposição e venda.

parque de estacionamento - local exclusivamente destinado ao estacionamento de veículos.

atividade principal - atividade que representa a maior importância no conjunto das atividades exercidas por uma unidade de observação estatística.

Nota: o critério adequado para a sua aferição é o representado pelo valor acrescentado bruto ao custo dos fatores. Na impossibilidade da sua determinação por este critério, considera-se como principal a que representa o maior volume de negócios ou, em alternativa, a que ocupa, com carácter de permanência, o maior número de pessoas ao serviço.

empresa - entidade jurídica (pessoa singular ou coletiva) correspondente a uma unidade organizacional de produção de bens e/ou serviços, usufruindo de uma certa autonomia de decisão, nomeadamente quanto à afetação dos seus recursos correntes. Uma empresa pode exercer uma ou várias atividades, em um ou em vários locais.

Nota: uma empresa corresponde à mais pequena combinação de unidades jurídicas, podendo corresponder a uma única. A empresa, tal como é definida, é uma entidade económica que pode, em certas circunstâncias, corresponder à reunião de várias unidades jurídicas. De facto, certas unidades jurídicas exercem atividades exclusivamente em proveito de uma outra unidade jurídica e a sua existência só se explica por razões administrativas (por exemplo, fiscais) sem que sejam significativas do ponto de vista económico. Pertence também a esta categoria uma grande parte das unidades jurídicas sem emprego. Frequentemente, as suas atividades devem ser interpretadas como atividades auxiliares das atividades da unidade jurídica-mãe que elas secundam, à qual pertencem e a que têm de estar ligadas, para constituir a entidade “empresa” utilizada para análise económica.

peçoal ao serviço - pessoas que, no período de referência, participaram na atividade da empresa/instituição, qualquer que tenha sido a duração dessa participação, nas seguintes condições:

- a) peçoal ligado à empresa/instituição por um contrato de trabalho, recebendo em contrapartida uma remuneração;
- b) peçoal 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 ativos de cooperativas);
- c) peçoal com vínculo a outras empresas/instituições que trabalharam na empresa/instituição sendo por esta diretamente 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 peçoal 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 diretamente 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, também designados por “recibos verdes”).

peçoal remunerado - indivíduos que exercem uma atividade na empresa/instituição 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.

Inclui os trabalhadores de outras empresas que se encontram a trabalhar na empresa/instituição observada sendo por esta diretamente remunerados, mas mantendo o vínculo à empresa/instituição de origem. Exclui os trabalhadores de outras empresas que se encontram a trabalhar na empresa/instituição observada, sendo remunerados pela empresa/instituição de origem e mantendo com ela o vínculo laboral.

trabalhador a tempo parcial - trabalhador cujo período de trabalho tem uma duração inferior à duração normal de trabalho em vigor na empresa/instituição, para a respetiva categoria profissional ou na respetiva profissão.

trabalhador a tempo completo - trabalhador cujo período de trabalho tem uma duração igual ou superior à duração normal de trabalho em vigor na empresa/instituição, para a respetiva categoria profissional ou na respetiva profissão.

prestação de serviços - fornecimento de serviços que sejam próprios dos objetivos ou finalidades principais da unidade estatística de observação.

Nota: poderão ser integrados os materiais aplicados, no caso de estes não serem faturados separadamente.

vendas - regista o valor das alienações dos bens (mercadorias; produtos acabados e intermédios; ou subprodutos, desperdícios, resíduos e refugos) resultantes do desenvolvimento da atividade corrente da empresa.

volume de negócios - quantia líquida das vendas e prestações de serviços (abrangendo as indemnizações compensatórias) respeitantes às atividades normais das entidades, conseqüentemente após as reduções em vendas e não incluindo nem o imposto sobre o valor acrescentado nem outros impostos diretamente relacionados com as vendas e prestações de serviços.

margem comercial - a margem comercial é a diferença entre o preço efetivo ou imputado obtido com um bem adquirido para revenda e o preço que teria que ser pago pelo distribuidor para substituir o bem no momento em que este é o objeto de venda ou de outra forma de disposição.

transação - operação pela qual se transfere a posse de um bem mediante uma contrapartida.

cartão de compras - cartão de crédito emitido por uma loja/ estabelecimento para pagamento das compras aí efetuadas, podendo também permitir a acumulação de pontos/descontos. Estes cartões são emitidos pela loja/estabelecimento em parceria com uma instituição de crédito ou sociedade financeira devidamente autorizada.

cartão de crédito - cartão de pagamento diferido, que serve de meio de pagamento e de financiamento sem que o seu titular tenha de dispor imediatamente de fundos, podendo usufruir de crédito gratuito por períodos que podem ir até 50 dias. Até à data de pagamento o titular do cartão pode decidir qual a forma de pagamento da dívida e, se não liquidar na totalidade, o montante remanescente permanece em dívida por mais um período, sendo o extrato seguinte acrescido dos juros correspondentes a esse período.

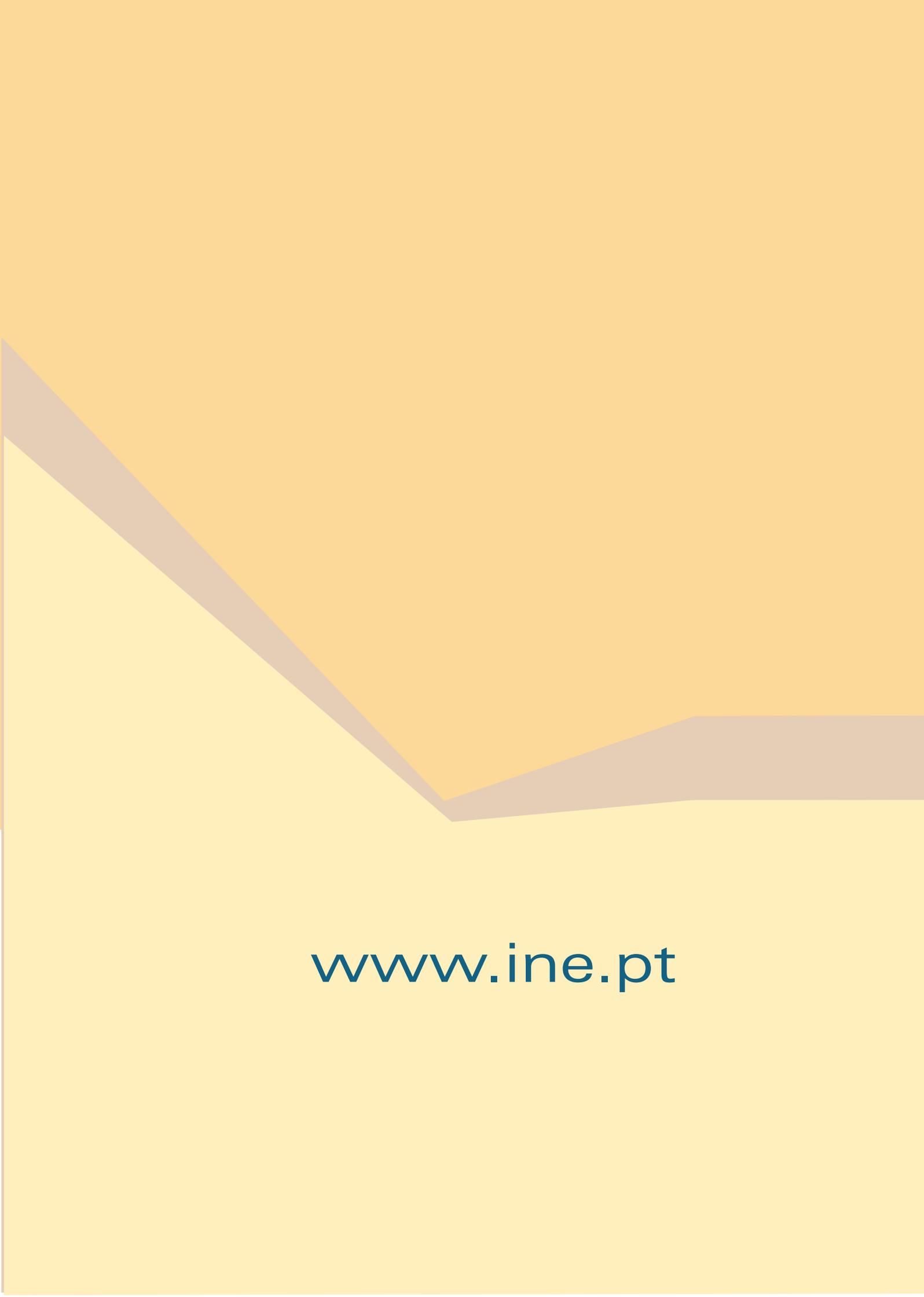
cheque - título de crédito que enuncia uma ordem de pagamento dada a uma empresa bancária, no estabelecimento da qual há um fundo depositado pelo seu emitente. Esse título de crédito deve conter, além da palavra «cheque» inserta no próprio título, a indicação da quantia, o nome de quem a deve pagar (sacado), os lugares de pagamento e emissão, a data desta e ainda a assinatura do sacador. Os cheques podem servir de base à execução.

4.3 Classificações e Nomenclaturas

As principais classificações utilizadas são:

- **Classificação Portuguesa das Atividades Económicas (CAE rev. 3)**, para a codificação da atividade económica da empresa e dos estabelecimentos;
- **Classificação Estatística de Produtos por Atividade na UE (CPA 2008)**, para a repartição do volume de vendas por produtos;
- **Nomenclaturas das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos (NUTS) nível II**, para a desagregação geográfica dos indicadores das empresas e estabelecimentos de comércio.





www.ine.pt