

7 de dezembro de 2023

ESTATÍSTICAS DO COMÉRCIO – Unidades Comerciais de Dimensão Relevante – 2022

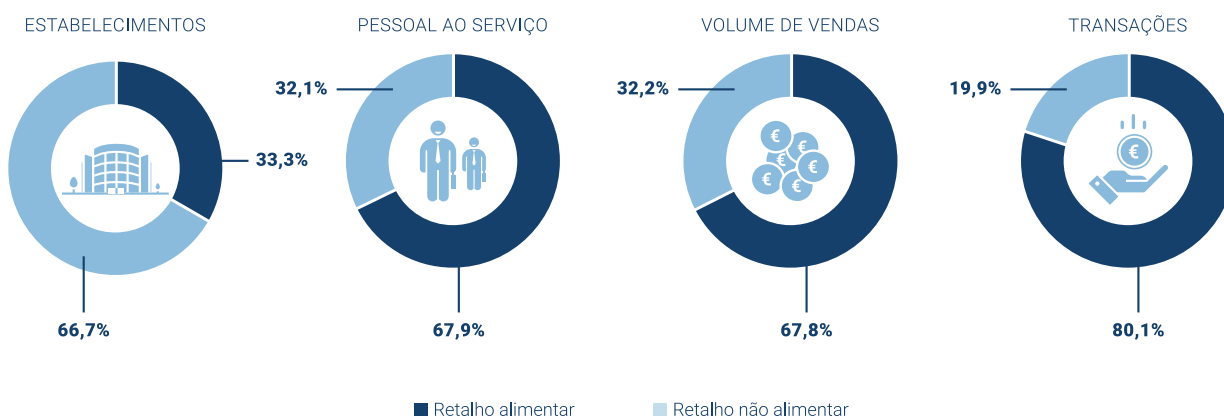
VENDAS DAS UNIDADES COMERCIAIS DE DIMENSÃO RELEVANTE CRESCERAM 16,6% FACE AO ANO ANTERIOR ENQUANTO O NÚMERO DE PESSOAS AO SERVIÇO AUMENTOU 3,4%

A Direção Regional de Estatística da Madeira (DREM) disponibiliza a informação sobre as Unidades Comerciais de Dimensão Relevante (UCDR) para o ano de 2022, publicada no passado dia 4 do corrente mês pelo Instituto Nacional de Estatística (INE).

Os estabelecimentos que integram as Unidades Comerciais de Dimensão Relevante (UCDR) pertencem a um universo específico e realizam a sua atividade económica principal ao nível do comércio a retalho (grupos 471, 472 e 474 a 477 da CAE) e/ou ao nível do comércio automóvel (grupo 453 da CAE- peças e acessórios), atividades abreviadamente designadas neste destaque por Comércio a retalho.

Em 2022, existiam 87 Unidades Comerciais de Dimensão Relevante (UCDR) localizadas na RAM (menos 1 que em 2021), 66,7% dos quais dedicadas ao retalho não alimentar e 33,3% afetas ao retalho alimentar ou com predominância alimentar. Note-se que uma parte substancial destes estabelecimentos (80,2%) pertence a empresas cuja sede está localizada em Portugal Continental.

Gráfico 1 – Distribuição do número de Estabelecimentos, Pessoal ao serviço, Volume de negócios e número de Transações, nas UCDR, por atividade, 2022

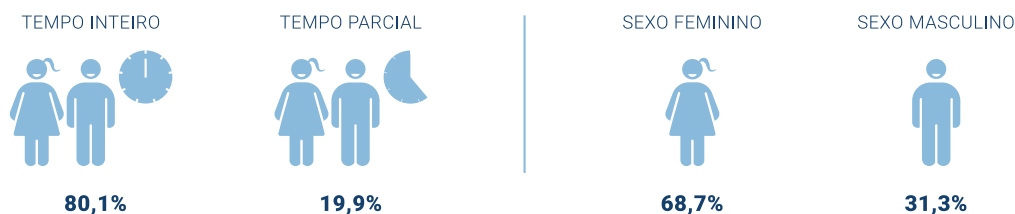


Direção Regional de Estatística da Madeira

"Uma porta aberta para um universo de informação estatística"

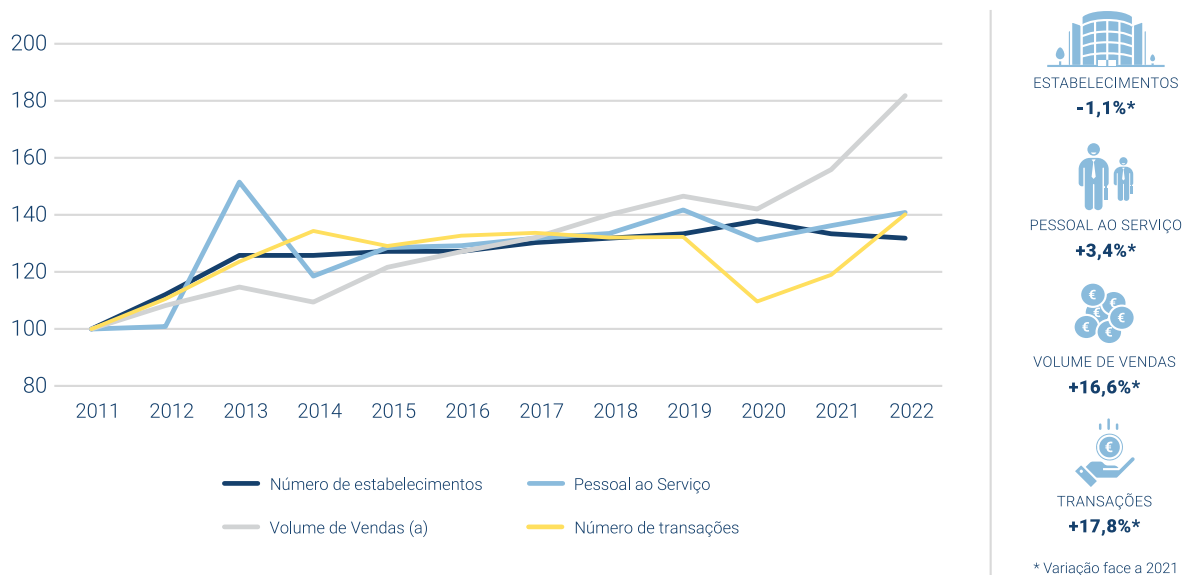
Naquele ano, as UCDR da RAM empregavam 2 959 trabalhadores (+3,4% do que o ano anterior), 68,7% dos quais mulheres, sendo que 19,9% do total trabalhava em regime temporário. Estas unidades geraram um volume de negócios de 586,4 milhões de euros em 2022 (+16,6% face a 2021), onde se incluem 583,9 milhões de euros, respeitantes ao volume de vendas.

Figura 1 – Proporção de Pessoal ao serviço nas UCDR, por duração do trabalho e por sexo, 2022



Em 2022, a venda de produtos de marca própria foi de 215,4 milhões de euros nos estabelecimentos UCDR (+18,7% face a 2021), representando 34,4% e 42,3% do volume de vendas global dos segmentos alimentar e não alimentar, respetivamente (pela mesma ordem, 33,3% e 42,8% em 2021).

Gráfico 2 – Evolução das principais variáveis das UCDR (2011 = base 100), 2011 - 2022

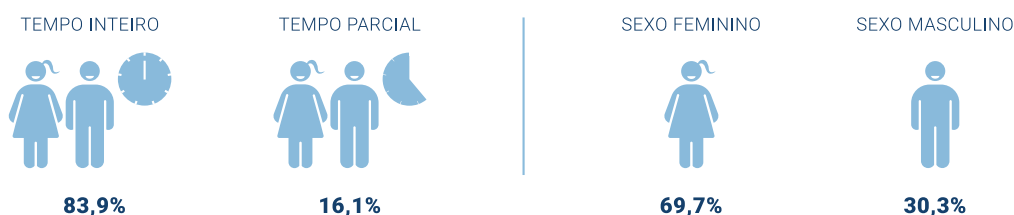


Retalho alimentar – Volume de vendas subiu 14,8%

O retalho alimentar, com 29 estabelecimentos, gerou um volume de vendas de 396,1 milhões de euros (+14,8% face a 2021), sendo que, em média, cada estabelecimento de retalho alimentar realizou um valor de vendas anual de 13,7 milhões de euros (11,9 milhões de euros em 2021).

Estas unidades empregavam 2 008 trabalhadores (+4,5% do que no ano anterior), 69,7% dos quais mulheres, sendo que 16,1% daquele total trabalhava em regime temporário.

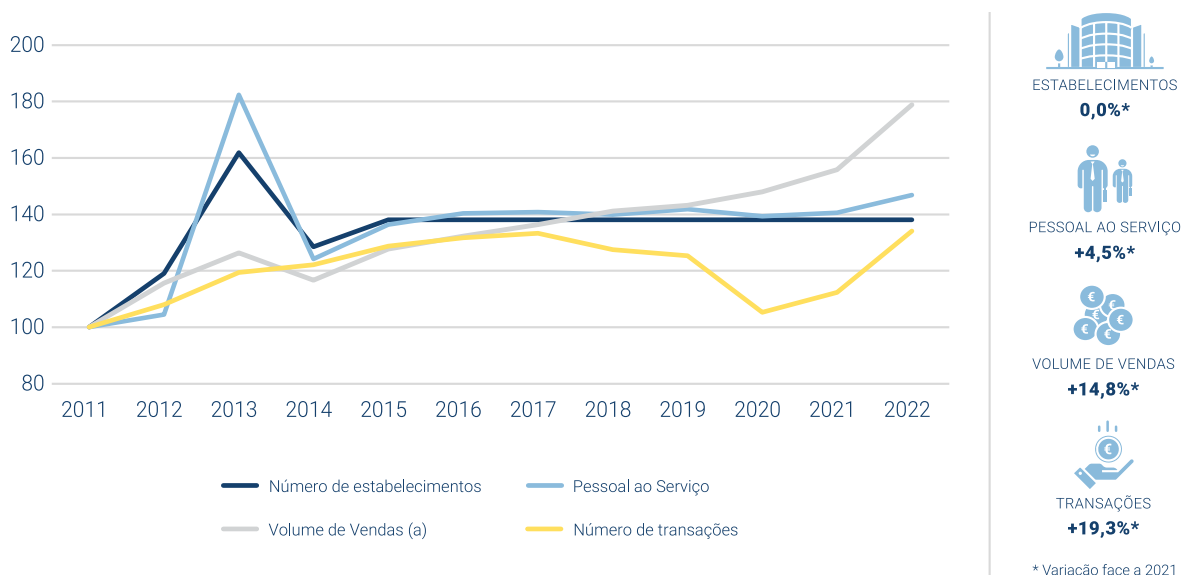
Figura 2 – Proporção de Pessoal ao serviço nas UCDR de retalho alimentar, por duração do trabalho e por sexo, 2022



O número de transações realizadas nos estabelecimentos do retalho alimentar atingiu os 20,9 milhões (+19,3% face a 2021), a um valor médio de 19,0 euros por transação (19,7 euros em 2021).

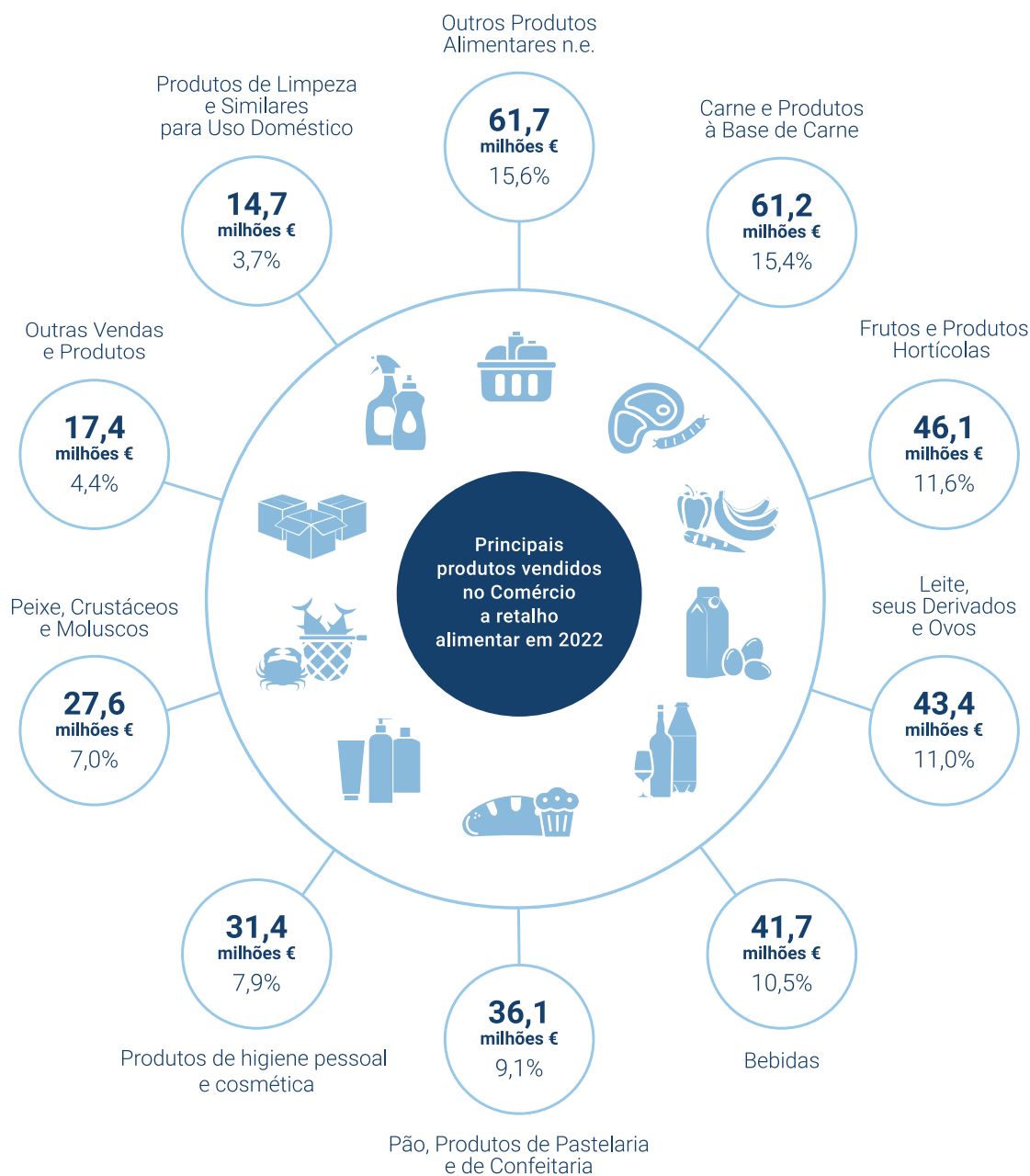
No ano de 2022, a área de exposição e venda no retalho alimentar fixou-se nos 36,8 mil m², valor que não sofreu alterações face ao ano anterior.

Gráfico 3 – Evolução das principais variáveis das UCDR de retalho alimentar ou com predominância alimentar (2011 = base 100), 2011 – 2022



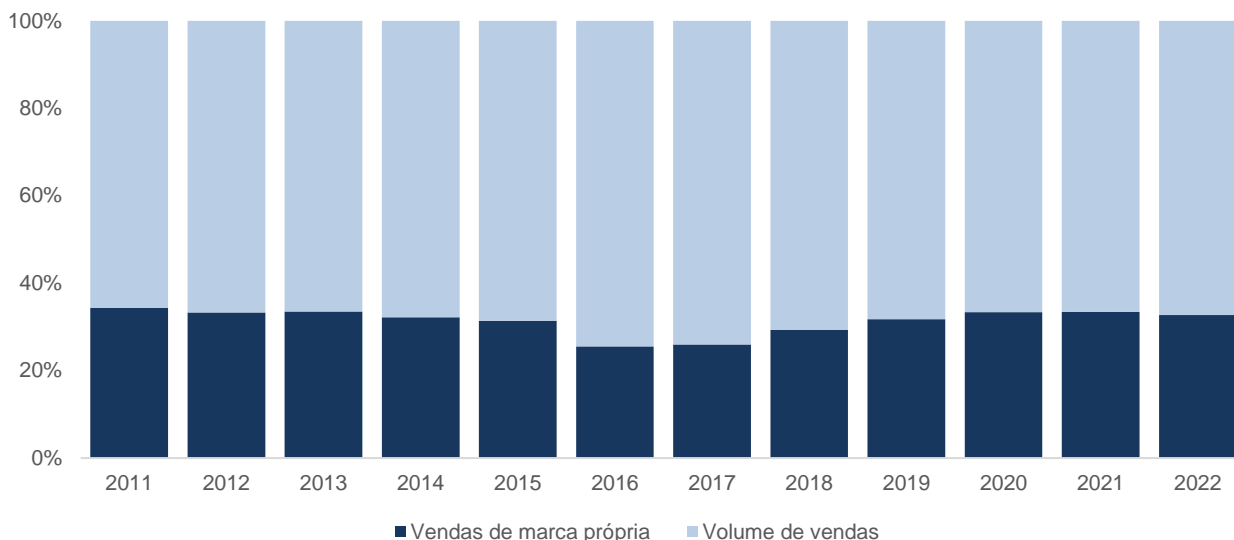
Nas unidades de retalho alimentar, as vendas de "produtos alimentares, bebidas e tabaco" representaram 80,8% das vendas totais (+0,7 p.p. face a 2021). Neste grupo, a "carne e produtos à base de carne" (15,4%), os "outros produtos alimentares, n.e." (15,6%) e os "frutos e produtos hortícolas" (11,6%) foram os principais produtos vendidos. De entre os produtos não alimentares comercializados nestas unidades (19,2% das vendas totais), os de "cosmética e higiene pessoal" (7,9%), as "Outras vendas e produtos" (4,4%) e os de "limpeza doméstica" (3,7%) foram os que mais se destacaram.

Figura 3 – Volume de vendas nas UCDR de retalho alimentar segundo a categoria de produtos, 2022



A nível do retalho alimentar, tem-se vindo a observar um aumento continuado no volume de vendas de produtos de marca própria. Neste tipo de estabelecimentos, entre 2011 e 2022 as vendas de produtos de marca própria tiveram um crescimento de 87,9% aumentando a proporção no total de vendas de 32,7% em 2011 para 34,4% em 2022.

Gráfico 4 - Volume de vendas e vendas de marca própria nos estabelecimentos UCDR de retalho alimentar, 2011-2022



Em relação aos meios de pagamento utilizados, os cartões de débito e de crédito foram usados em 59,4% (66,9% em 2021) e os pagamentos em numerário representaram 29,8% (32,1% em 2021) das vendas do total no retalho alimentar. De destacar o crescimento dos outros meios de pagamento que no retalho alimentar constituíram 10,7% das vendas (1,1% em 2021).

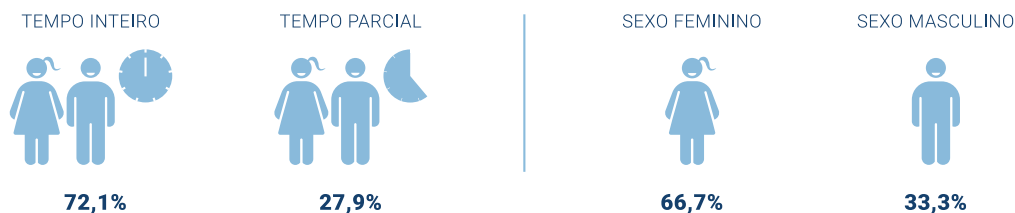
Retalho não alimentar – Volume de vendas com incremento de 20,6%

O retalho não alimentar, com 58 estabelecimentos (-1,7% face a 2021), faturou 187,8 milhões de vendas de mercadorias (+20,6% face ao ano anterior), sendo que, em média, cada estabelecimento deste tipo realizou um valor de vendas anual de 3,2 milhões de euros.

Estas unidades empregavam 951 trabalhadores (+1,1% do que no ano anterior), 66,7% dos quais mulheres, sendo que 27,9% do total trabalhava em regime temporário.



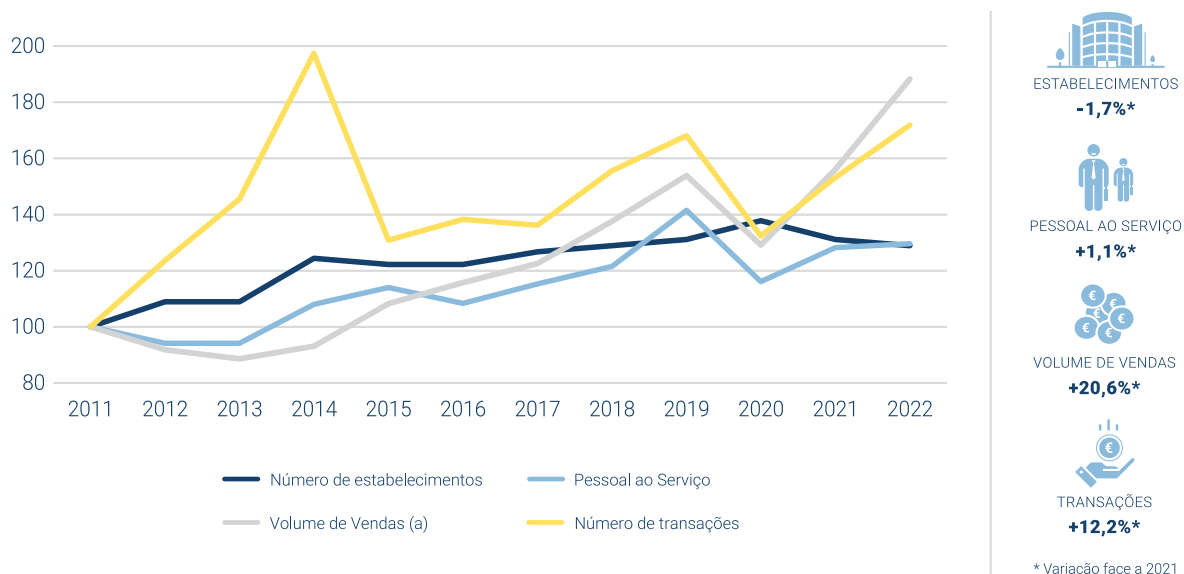
Figura 4 – Proporção de Pessoal ao serviço nas UCDR de retalho não alimentar, por duração do trabalho e por sexo, 2022



O número de transações realizadas nos estabelecimentos do retalho não alimentar atingiu os 5,2 milhões (+12,2% face a 2021), a um valor médio de 36,3 euros por transação (33,8 euros em 2021).

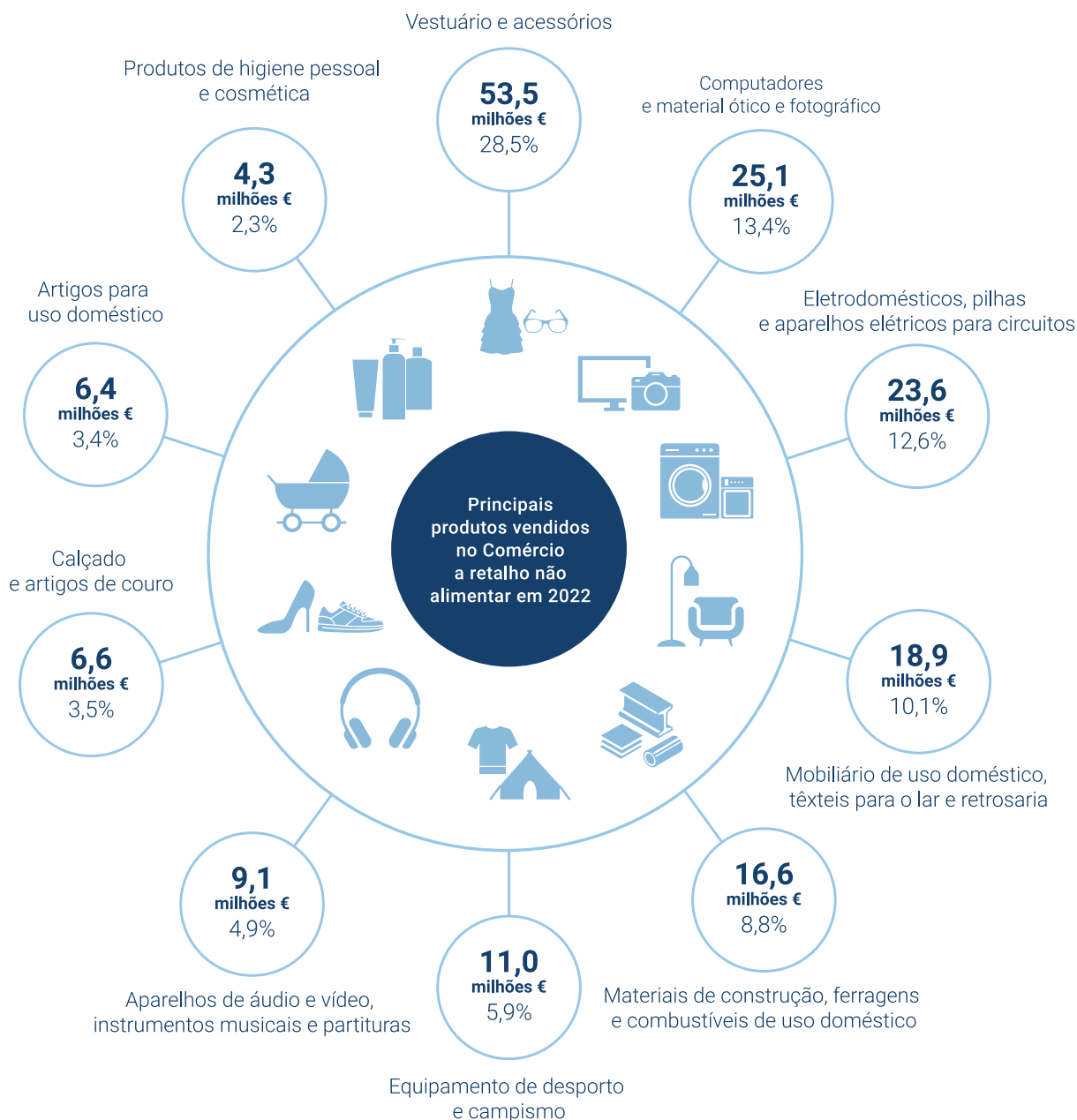
No ano de 2022, a área de exposição e venda no retalho alimentar atingiu os 42,3 mil m², valor que sofreu uma diminuição de 1,1% face ao ano anterior.

Gráfico 5 – Evolução das principais variáveis das UCDR de retalho não alimentar ou sem predominância alimentar (2011 = base 100), 2011 - 2022



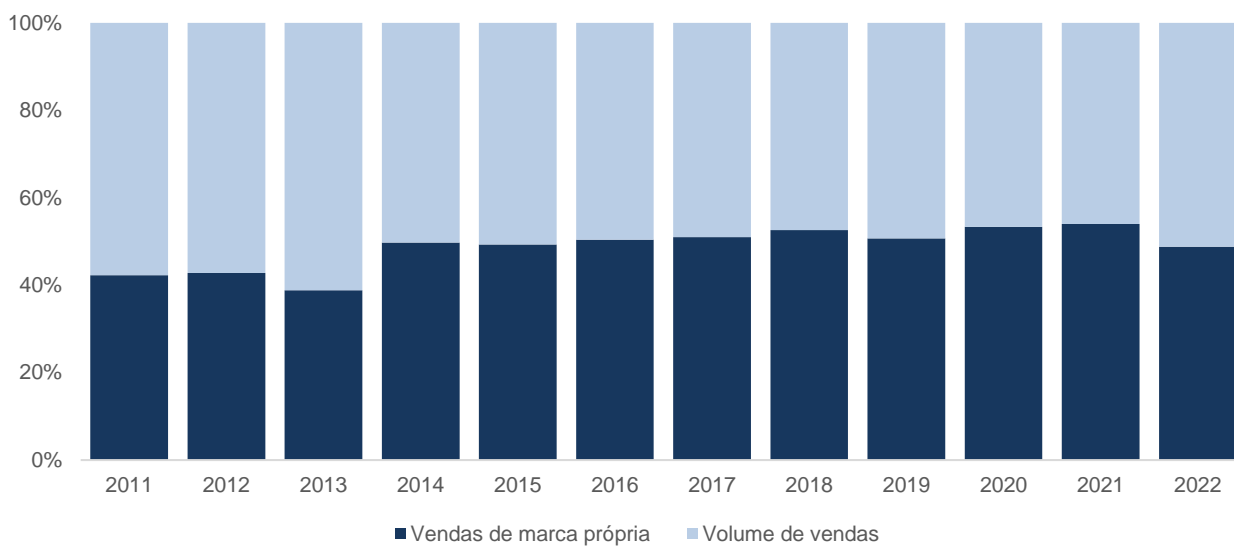
Nos estabelecimentos de retalho não alimentar, os produtos com as vendas mais expressivas foram o “vestuário e acessórios” (28,5%), os “computadores e material ótico, fotográfico e de telecomunicações” (13,4%), os “eletrodomésticos” (12,6%) e o “mobiliário e artigos de decoração” (10,1%).

Figura 5 – Volume de vendas nas UCDR de retalho não alimentar segundo a categoria de produtos, 2022



A nível do retalho não alimentar, tem-se vindo a observar um aumento continuado no volume de vendas de produtos de marca própria. Neste tipo de estabelecimentos, entre 2011 e 2022 as vendas de produtos de marca própria tiveram um crescimento de 63,0% embora a proporção no total de vendas tenha vindo a diminuir de 48,8% em 2011 para 42,3% em 2022.

Gráfico 6 - Volume de vendas e vendas de marca própria nos estabelecimentos UCDR de retalho não alimentar, 2011-2022



Em relação aos meios de pagamento utilizados, os cartões de débito e de crédito foram usados em 68,3% (71,6% em 2021) e os pagamentos em numerário representaram 23,0% (23,9% em 2021) das vendas do retalho não alimentar.



Quadro 1 – Principais resultados e alguns indicadores das UCDR, 2022

Região Autónoma da Madeira

Variáveis / indicadores	Unidade	Comércio a retalho		
		Total	Alimentar ou com predominância alimentar	Não alimentar ou sem predominância alimentar
Número de estabelecimentos	N.º	87	29	58
Área de exposição e venda				
Total	m ²	79 095	36 835	42 260
Média	m ²	909	1 270	729
N.º de Pessoas ao Serviço				
Total	N.º	2 959	2 008	951
Do qual:				
A tempo completo	N.º	2 370	1 684	686
Do sexo feminino	N.º	2 033	1 399	634
Média por estabelecimento	N.º	34,0	69,2	16,4
Volume de Negócios (a)	10 ³ Euros	586 377	396 496	189 881
Volume de Vendas (a)				
Total	10 ³ Euros	583 886	396 135	187 751
Média por estabelecimento	10 ³ Euros	6 711	13 660	3 237
Média por m ² de AEV (b)	Euros	7 382	10 754	4 443
Produtos de Marca Própria	10 ³ Euros	215 444	136 094	79 350
Número de transações				
Total	N.º	26 053 084	20 881 353	5 171 731
Média por estabelecimento	N.º	299 461	720 047	89 168
Média por m ² de AEV (b)	N.º	329	567	122
Valor de vendas médio por transação (a)	Euros	22,4	19,0	36,3

Nota:

(a) - Não inclui IVA

(b) - AEV - Área de exposição e venda



Direção Regional de Estatística da Madeira

"Uma porta aberta para um universo de informação estatística"

NOTA METODOLÓGICA

INQUÉRITO ÀS UNIDADES COMERCIAIS DE DIMENSÃO RELEVANTE

O Inquérito às Unidades Comerciais de Dimensão Relevante (UCDR) visa produzir informação sobre dados físicos e económicos destas unidades, incluindo dados de infraestrutura e desagregação do volume de negócios por produtos de acordo com a CPA 2008, sendo de destacar a ventilação regional dos resultados. O universo de referência corresponde aos grupos da CAE 471 e 472, 474 a 477.

PRINCIPAIS CONCEITOS

Unidade Comercial de Dimensão Relevante (UCDR) - 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 AEV contínua $\geq 2\,000\text{ m}^2$;
- Sendo de comércio a retalho não alimentar, disponham de uma AEV contínua $\geq 4\,000\text{ m}^2$;
- Sendo de comércio a retalho alimentar ou misto, pertencentes a uma empresa ou grupo de empresas que detenha uma AEV acumulada, de comércio a retalho alimentar $\geq 15\,000\text{ m}^2$;
- Sendo de comércio a retalho não alimentar, pertencentes a uma empresa ou grupo que detenha uma AEV acumulada $\geq 25\,000\text{ m}^2$.

SIGLAS E DESIGNAÇÕES

AEV - Área de Exposição e Venda

CAE – Classificação das Atividades Económicas, Revisão 3

UCDR - Unidade Comercial de Dimensão Relevante

VVN - Volume de Negócios

ABREVIATURAS

%	Percentagem
N.º	Número
m ²	Metro quadrado
h	Horas
€	Euros
10 ³	Milhares
p.p.	Pontos percentuais
n.e.	Não especificado



Direção Regional de Estatística da Madeira

"Uma porta aberta para um universo de informação estatística"