

ESTATÍSTICAS DO COMÉRCIO – Unidades Comerciais de Dimensão Relevante – 2023

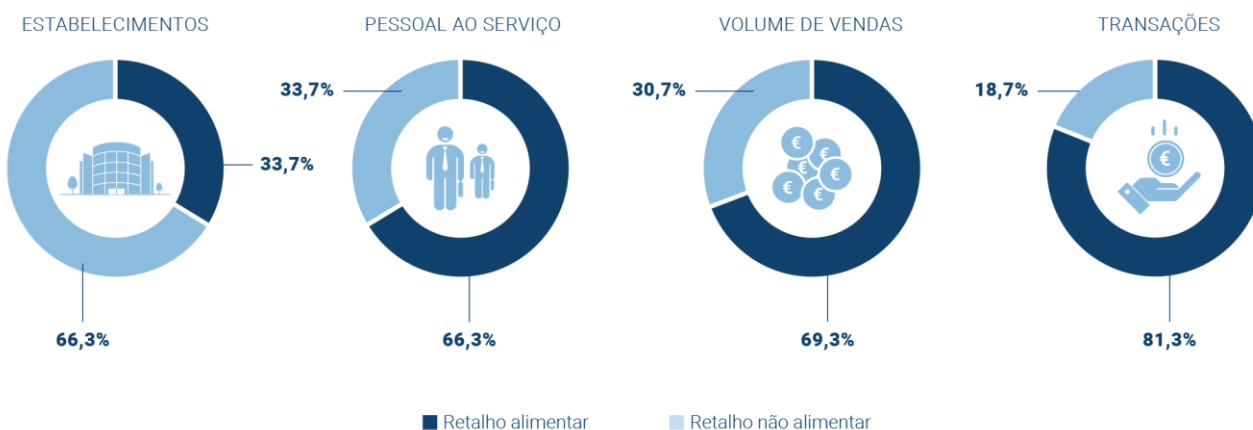
VENDAS DAS UNIDADES COMERCIAIS DE DIMENSÃO RELEVANTE CRESCERAM 12,4% FACE AO ANO ANTERIOR ENQUANTO O NÚMERO DE PESSOAS AO SERVIÇO AUMENTOU 5,5%

A Direção Regional de Estatística da Madeira (DREM) disponibiliza a informação sobre as Unidades Comerciais de Dimensão Relevante (UCDR) para o ano de 2023, publicada hoje 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 2023, existiam 89 Unidades Comerciais de Dimensão Relevante (UCDR) localizadas na RAM (mais 2 face ao ano de 2022), 66,3% dos quais dedicadas ao retalho não alimentar e 33,7% afetas ao retalho alimentar ou com predominância alimentar. Note-se que uma parte substancial destes estabelecimentos (80,6%) 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, 2023



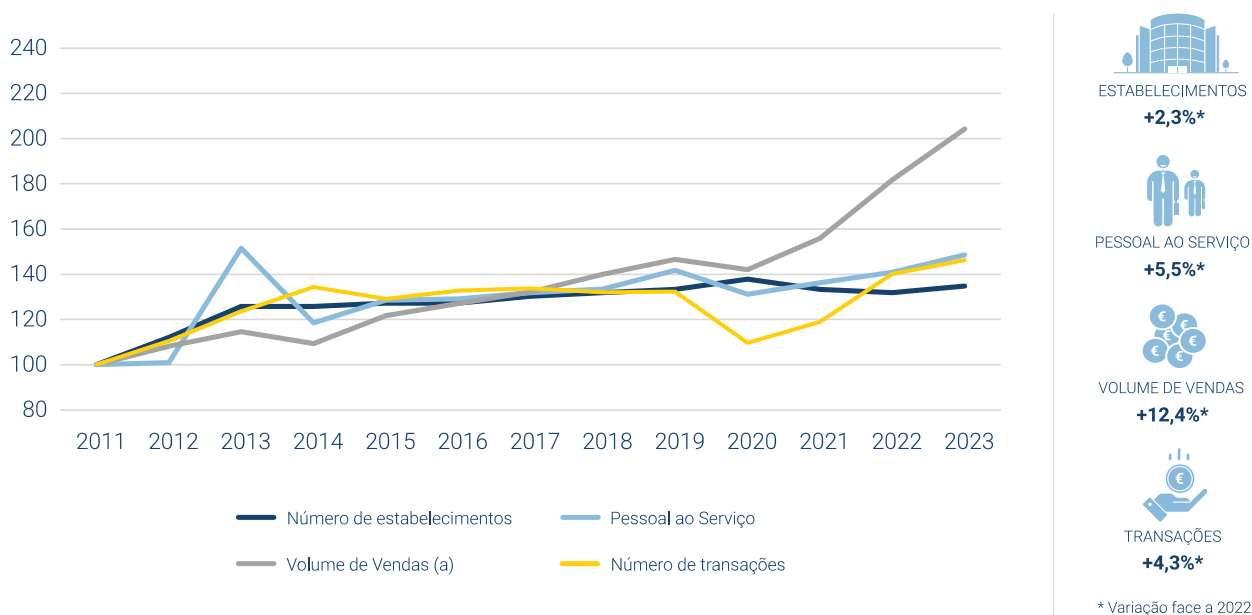
Naquele ano, as UCDR da RAM empregavam 3 121 trabalhadores (+5,5% do que o ano anterior), 68,2% dos quais mulheres, sendo que 22,5% do total trabalhava em regime temporário. Estas unidades geraram um volume de negócios de 659,3 milhões de euros em 2023 (+12,4% face a 2022), onde se incluem 656,3 milhões de euros, respeitantes ao volume de vendas.

Figura 1 – Proporção de Pessoal ao serviço nas UCDR, por duração do trabalho e por sexo, 2023



Em 2023, a venda de produtos de marca própria foi de 249,7 milhões de euros nos estabelecimentos UCDR (+15,9% face a 2022), representando 36,1% e 42,6% do volume de vendas global dos segmentos alimentar e não alimentar, respetivamente (pela mesma ordem, 34,4% e 42,3% em 2022).

Gráfico 2 – Evolução das principais variáveis das UCDR (2011 = base 100), 2011 - 2023

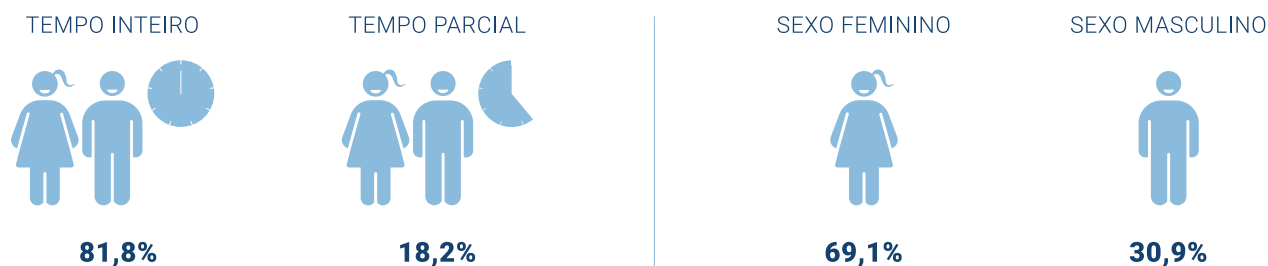


Retalho alimentar – Volume de vendas subiu 14,8%

O retalho alimentar, com 30 estabelecimentos, gerou um volume de vendas de 454,6 milhões de euros (+14,8% face a 2022), sendo que, em média, cada estabelecimento de retalho alimentar realizou um valor de vendas anual de 15,2 milhões de euros (13,7 milhões de euros em 2022).

Estas unidades empregavam 2 069 trabalhadores (+3,0% do que no ano anterior), 69,1% dos quais mulheres, sendo que 18,2% daquele total trabalhava em regime temporário.

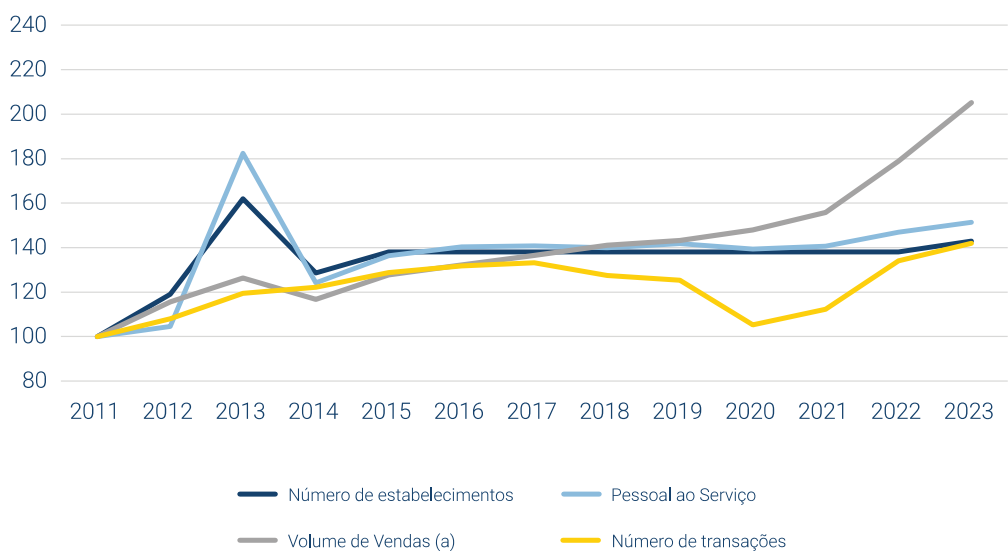
Figura 2 – Proporção de Pessoal ao serviço nas UCDR de retalho alimentar, por duração do trabalho e por sexo, 2023



O número de transações realizadas nos estabelecimentos do retalho alimentar atingiu os 22,1 milhões (+5,8% face a 2022), a um valor médio de 20,6 euros por transação (19,0 euros em 2022).

No ano de 2023, a área de exposição e venda no retalho alimentar fixou-se nos 38,1 mil m² (36,8 mil m² no ano anterior).

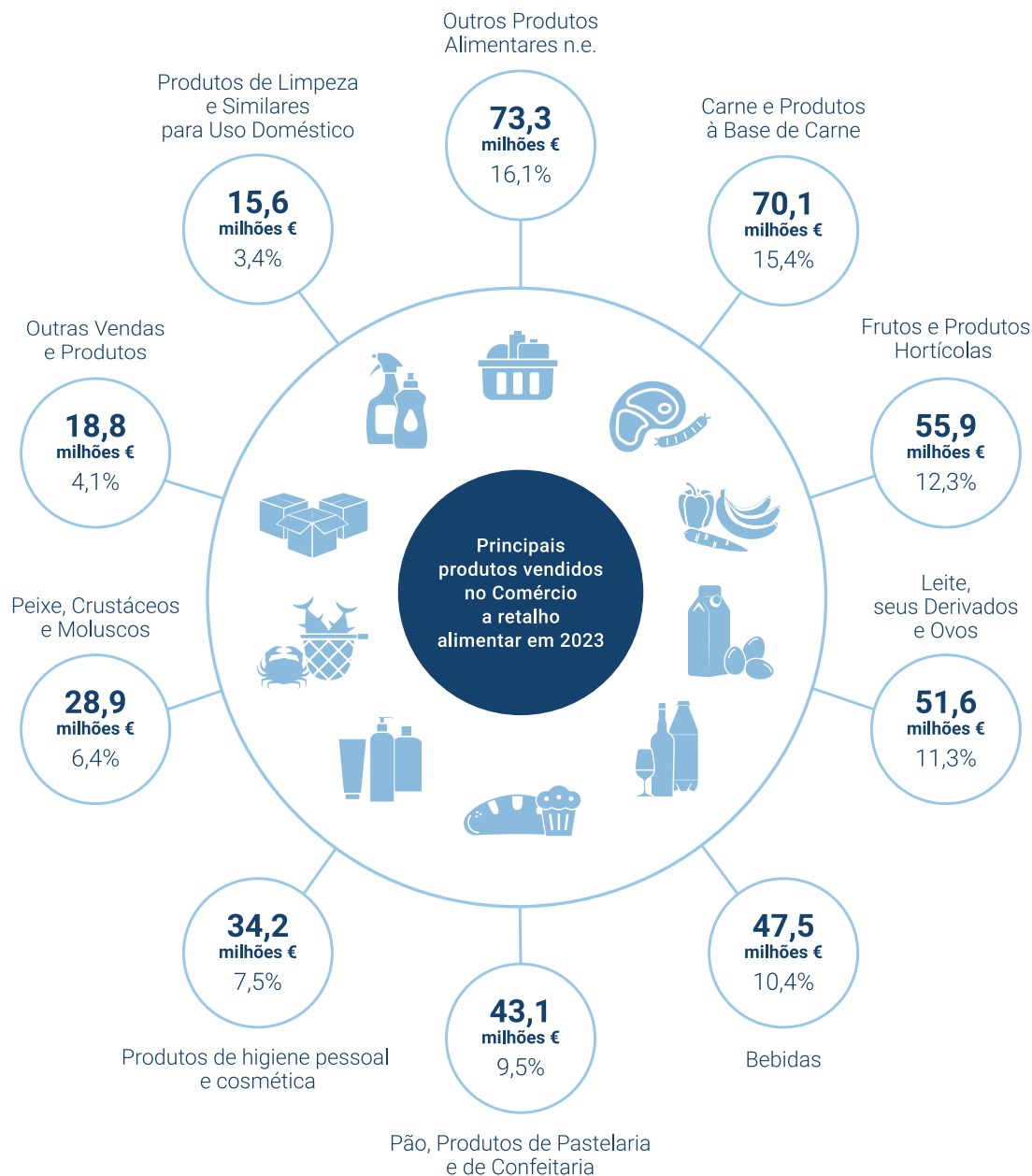
Gráfico 3 – Evolução das principais variáveis das UCDR de retalho alimentar ou com predominância alimentar (2011 = base 100), 2011 – 2023



Nas unidades de retalho alimentar, as vendas de "produtos alimentares, bebidas e tabaco" representaram 82,0% das vendas totais (+1,3 p.p. face a 2022). Neste grupo, os "outros produtos alimentares, n.e." (16,1%), a "carne e produtos à base de carne" (15,4%) e os "frutos e produtos hortícolas" (12,3%) foram os principais

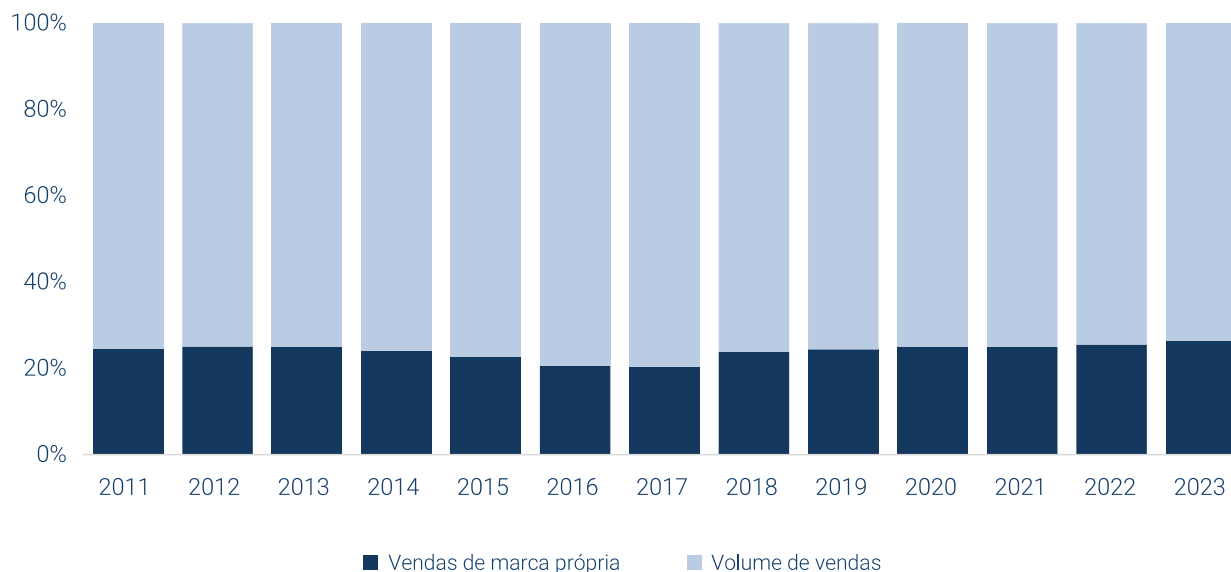
produtos vendidos. De entre os produtos não alimentares comercializados nestas unidades (18,0% das vendas totais), os de “cosmética e higiene pessoal” (7,5%), as “Outras vendas e produtos” (4,1%) e os de “limpeza doméstica” (3,4%) foram os que mais se destacaram.

Figura 3 – Volume de vendas nas UCDR de retalho alimentar segundo a categoria de produtos, 2023



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 2023 as vendas de produtos de marca própria tiveram um crescimento de 126,3% aumentando a proporção no total de vendas de 32,7% em 2011 para 36,1% em 2023.

Gráfico 4 - Volume de vendas e vendas de marca própria nos estabelecimentos UCDR de retalho alimentar, 2011-2023



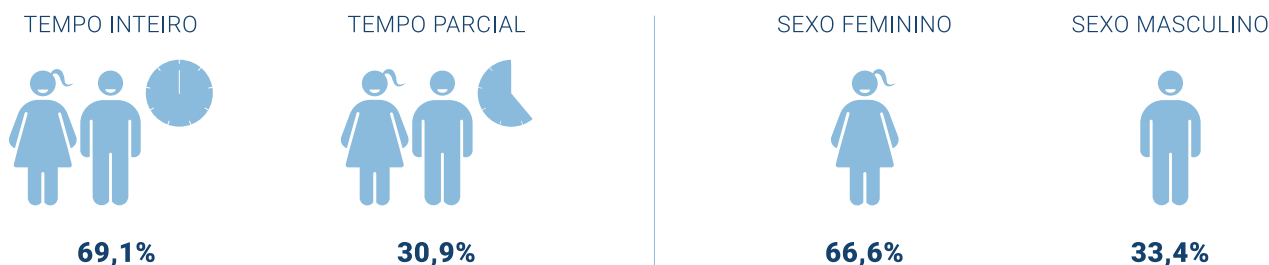
Em relação aos meios de pagamento utilizados, os cartões de débito e de crédito foram usados em 67,8% (59,4% em 2022) e os pagamentos em numerário representaram 28,7% (29,8% em 2022) das vendas do total no retalho alimentar.

Retalho não alimentar – Volume de vendas com incremento de 7,4%

O retalho não alimentar, com 59 estabelecimentos (+1,7% face a 2022), faturou 201,7 milhões de vendas de mercadorias (+7,4% face ao ano anterior), sendo que, em média, cada estabelecimento deste tipo realizou um valor de vendas anual de 3,4 milhões de euros.

Estas unidades empregavam 1 052 trabalhadores (+10,6% do que no ano anterior), 66,6% dos quais mulheres, sendo que 30,9% do total trabalhava em regime temporário.

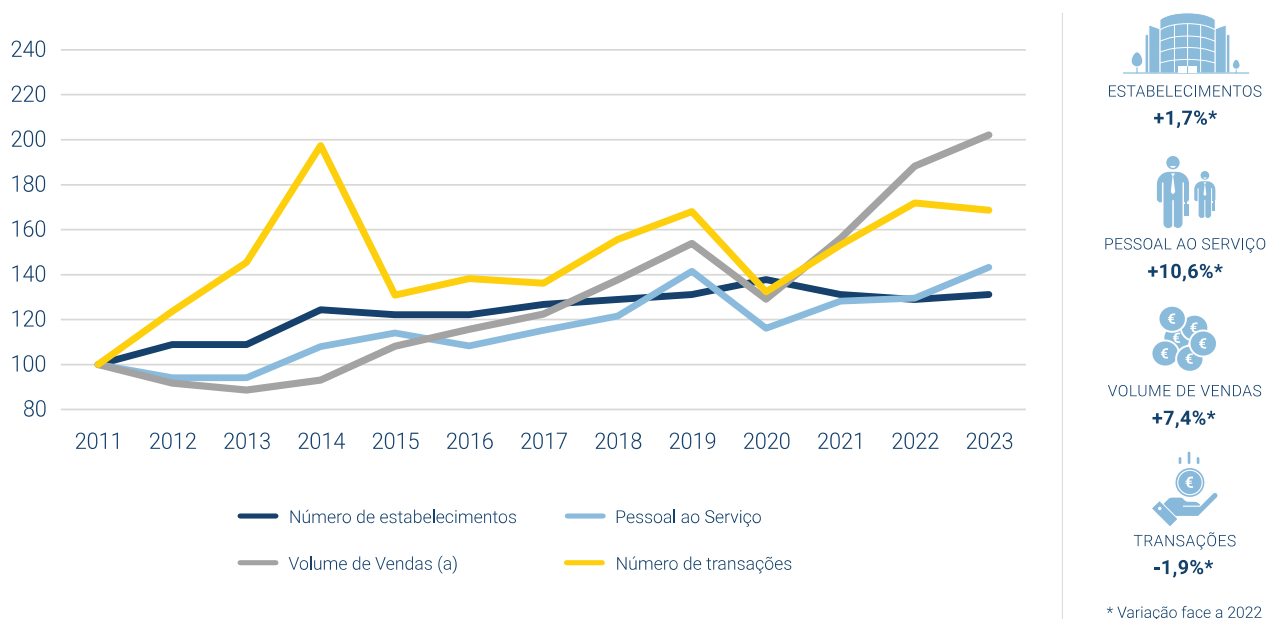
Figura 4 – Proporção de Pessoal ao serviço nas UCDR de retalho não alimentar, por duração do trabalho e por sexo, 2023



O número de transações realizadas nos estabelecimentos do retalho não alimentar atingiu os 5,1 milhões (-1,9% face a 2022), a um valor médio de 39,7 euros por transação (36,3 euros em 2022).

No ano de 2023, a área de exposição e venda no retalho não alimentar atingiu os 49,1 mil m², valor que sofreu um aumento de 16,3% face ao ano anterior.

Gráfico 5 – Evolução das principais variáveis das UCDR de retalho não alimentar ou sem predominância alimentar (2011 = base 100), 2011 - 2023



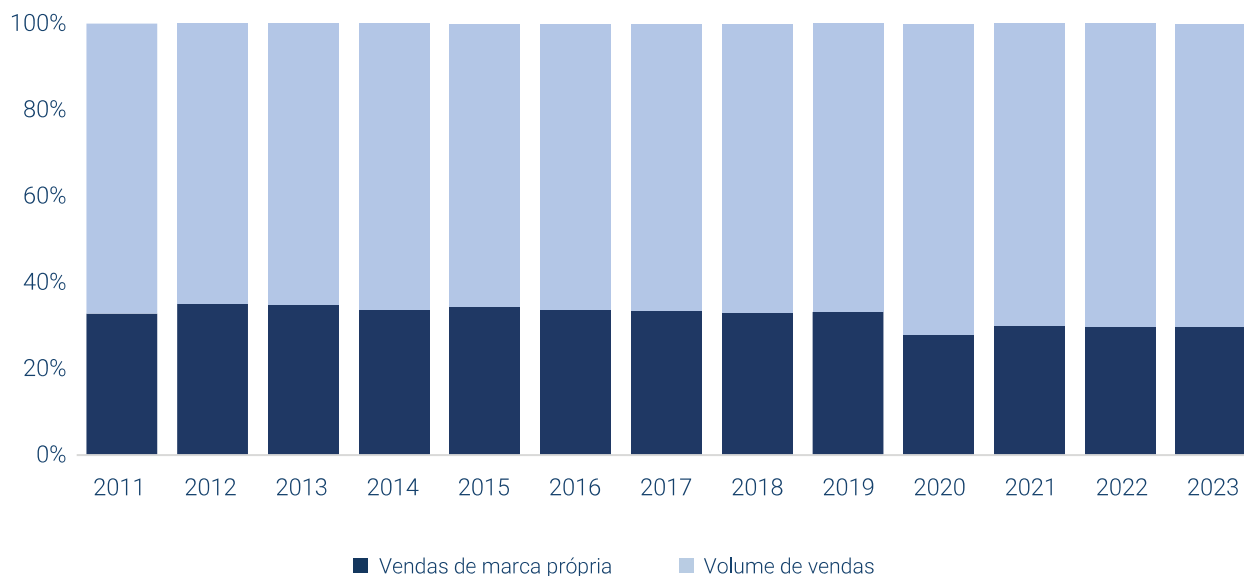
Nos estabelecimentos de retalho não alimentar, os produtos com as vendas mais expressivas foram o “vestuário e acessórios” (27,6%), os “eletrodomésticos” (13,4%), os “computadores e material ótico, fotográfico e de telecomunicações” (12,5%) e o “mobiliário e artigos de decoração” (9,9%).

Figura 5 – Volume de vendas nas UCDR de retalho não alimentar segundo a categoria de produtos, 2023



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 2023 as vendas de produtos de marca própria tiveram um crescimento de 76,4%, embora a proporção no total de vendas tenha vindo a diminuir de 48,8% em 2011 para 42,6% em 2023.

Gráfico 6 - Volume de vendas e vendas de marca própria nos estabelecimentos UCDR de retalho não alimentar, 2011-2023



Em relação aos meios de pagamento utilizados, os cartões de débito e de crédito foram usados em 73,8% (68,3% em 2022) e os pagamentos em numerário representaram 22,6% (23,0% em 2022) das vendas do retalho não alimentar.

Quadro 1 – Principais resultados e alguns indicadores das UCDR, 2023

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 | 89 | 30 | 59 |
| Área de exposição e venda | | | | |
| Total | m ² | 87 282 | 38 139 | 49 143 |
| Média | m ² | 981 | 1 271 | 833 |
| N.º de Pessoas ao Serviço | | | | |
| Total | N.º | 3 121 | 2 069 | 1 052 |
| Do qual: | | | | |
| A tempo completo | N.º | 2 419 | 1 692 | 727 |
| Do sexo feminino | N.º | 2 130 | 1 429 | 701 |
| Média por estabelecimento | N.º | 35,1 | 69,0 | 17,8 |
| Volume de Negócios (a) | 10 ³ Euros | 659 292 | 455 011 | 204 281 |
| Volume de Vendas (a) | | | | |
| Total | 10 ³ Euros | 656 277 | 454 617 | 201 659 |
| Média por estabelecimento | 10 ³ Euros | 7 374 | 15 154 | 3 418 |
| Média por m ² de AEV (b) | Euros | 7 519 | 11 920 | 4 104 |
| Produtos de Marca Própria | 10 ³ Euros | 249 737 | 163 891 | 85 846 |
| Número de transações | | | | |
| Total | N.º | 27 176 475 | 22 101 631 | 5 074 844 |
| Média por estabelecimento | N.º | 305 354 | 736 721 | 86 014 |
| Média por m ² de AEV (b) | N.º | 311 | 580 | 103 |
| Valor de vendas médio por transação (a) | Euros | 24,1 | 20,6 | 39,7 |

Nota:

(a) - Não inclui IVA

(b) - AEV - Área de exposição e venda

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 |