**Negócios com nova fase de perdas na atividade transacional**

**Medidas contra a Covid-19 geram quebras no consumo em período pré-Natal**

* **Segundo os dados do REDUNIQ Insights, o mês de novembro ficou marcado por uma nova fase de quebra do número de transações e de faturação despoletada pelo regresso do país ao Estado de Emergência.**
* **Durante o período pré-Natal, os setores da Moda, Restauração, Gasolineiras e Perfumarias foram os que mais sentiram a redução da procura dos consumidores, ao contrário do Retalho Alimentar Tradicional e da Saúde que aumentaram a sua faturação.**
* **Apesar do aumento transacional sentido a 27 de novembro, a *Black Friday* registou valores de faturação 16% abaixo do igual período em 2019.**
* **Já o *contactless* continuou a crescer, representando em novembro 35% do total de faturação dos negócios em Portugal.**

**Lisboa, 17 de dezembro de 2020 –** A [REDUNIQ](https://www.reduniq.pt/), a maior rede nacional de aceitação de cartões nacionais e estrangeiros, acaba de divulgar os dados mais recentes sobre a evolução transacional no sistema de retalho português, que volta a registar em novembro uma nova fase de quebra do consumo, com o número acumulado de transações e da faturação total de 2020 a atingirem -12,50% e -18,05%, respetivamente, face a igual período de 2019.

De acordo com o relatório REDUNIQ Insights, a atual conjuntura da atividade transacional justifica-se pela sequência de restrições impostas pelo Governo que, no seu conjunto, têm vindo a condicionar o funcionamento da oferta e comportamentos da procura, especialmente num período do ano em que normalmente se verifica uma aceleração do consumo.

Para **Tiago Oom, Diretor da REDUNIQ**, *“o agravamento dos resultados transacionais em diversas categorias do sistema retalhista representa um verdadeiro contraciclo com o que seria a natural tendência de consumo observada a pouco mais de um mês do Natal, período que se esperava, inicialmente, poder contribuir para a recuperação das brutais perdas acumuladas a partir do primeiro Estado de Emergência”.*

Outra das conclusões do novo relatório da REDUNIQ é o facto deste novo agravamento em novembro ser transversal a todo o território nacional, com vários distritos, como Braga, Vila Real e Viseu, que já tinham recuperado quase tudo a voltarem a apresentar quebras de dois dígitos. No *ranking* dos distritos com maior perda de faturação acumulada continuam as regiões do país que mais sentiram a diminuição do número de turistas: Faro, Lisboa, Madeira, Porto e Açores registaram quebras de faturação até novembro de 28%, 26%, 21%, 16% e 16%, respetivamente.

Já quando analisada a evolução transacional por setor de atividade entre outubro e novembro, as categorias mais prejudicadas com as medidas restritivas em termos homólogos foram a Moda (que passou de -15% para -35%), a Restauração (de -10% para -27%), as Gasolineiras (de -7% para -17%), e as Perfumarias (de -14% para -22%). Em sentido inverso, os negócios do Retalho Alimentar Tradicional e da Saúde aumentaram a sua faturação de 53% para 70% e de 23% para 36%, respetivamente. Por outro lado, e apesar das condicionantes aos horários de funcionamento impostas durante o mês de novembro, o setor dos hiper e supermercados conseguiu manter-se em valores praticamente iguais aos de 2019.

Mais uma vez, refere Tiago Oom, *“as quebras sentidas pelos diversos setores são o efeito claro que as medidas de combate à pandemia têm nos hábitos de consumo dos portugueses. Se, por um lado, temos uma diminuição da afluência aos centros comerciais – influenciando assim os resultados das categorias de Moda e Perfumaria – temos, por outro lado, as medidas de proibição de circulação entre concelhos – que afetam a circulação de veículos e, por sua vez, a atividade das gasolineiras – bem como o recolher obrigatório nos fins de semana a partir das 13 horas – o que dificulta à restauração faturar no período da semana mais importante para o seu negócio”.*

A par deste impacto, o Diretor da REDUNIQ acrescenta ainda que *“graças às novas restrições, é particularmente interessante observar o desaparecer dos sábados como normais picos semanais de consumo. Neste novo contexto, as sextas-feiras assumiram-se como os novos dias de maior consumo, tendo estas até alguma capacidade de compensar perdas por limitação de acesso aos fins de semana”.*

Para além da análise transacional de novembro, o mais recente REDUNIQ Insights dá especial enfoque ao período da *Black Friday.* Segundo os dados divulgados, registou-se na última sexta-feira de novembro um pico de consumo em algumas categorias, em particular em Eletrodomésticos & Tecnologia, Moda e Perfumarias. Contudo, os resultados atingidos não foram suficientes para se aproximarem dos valores de 2019, tendo a faturação total deste dia ficado 16% abaixo dos resultados homólogos, enquanto que os setores de Eletrodomésticos & Tecnologia, Moda e Perfumarias obtiveram uma diferença homóloga negativa de 30%, 50% e 40%, respetivamente.

Outra tendência que se verificou no sistema de retalho português foi a aceleração do consumo comparando a semana de 6 a 12 de dezembro com a semana de implementação do Estado de Emergência (9 de novembro). Destaque para o crescimento da faturação das perfumarias (mais 93%), da moda (mais 55%), dos hiper e supermercados (mais 23%), dos eletrodomésticos e tecnologia (mais 19%) e do Retalho Alimentar Tradicional (mais 16%), que acabou por beneficiar dos limites impostos aos formatos de maior dimensão. Já na restauração, o arranque de dezembro também evidenciou uma melhoria, com o último sábado (12 de dezembro), a apresentar o melhor valor registado aos sábados desde a implementação do estado de emergência, com um crescimento de 42% face ao dia 14 de novembro.

Para Tiago Oom, *“apesar das medidas de recolhimento a partir das 13 horas em vários concelhos no decorrer dos dois fins de semana seguidos de tolerância de ponto e feriados, a verdade é que assistimos a uma importante retoma da dinâmica de recuperação, no que acreditamos ser a entrada em modo Natal, aliada ao anúncio do alívio das restrições a impor pelo Governo durante a semana de Natal”.* Ainda assim, acrescenta, *“será necessário avaliar a evolução da atividade transacional até ao final do ano, de forma a conseguir validar se o Natal será efetivamente potenciador da recuperação das perdas acumuladas nos diversos setores”.*

A REDUNIQ destaca ainda no seu relatório a evolução registada ao nível dos pagamentos por *contactless,* que em novembro representaram já 35% do total de faturação dos negócios portugueses, face aos 34% do mês anterior e aos 8% alcançados em período homólogo.

**Sobre a UNICRE:**

A UNICRE é uma instituição portuguesa que atua no setor financeiro, especialista na gestão, emissão e disponibilização de soluções de pagamento, cartões de pagamento e crédito ao consumo. Com uma experiência de 46 anos, detém a marca UNIBANCO, responsável pela emissão de cartões de crédito, cartões pré-pagos, cartões refeição, crédito pessoal e crédito consolidado, e a marca REDUNIQ, que disponibiliza soluções de aceitação de pagasmentos para loja física ou comércio *online.*

**Sobre o REDUNIQ Insights:**

O REDUNIQ Insights é uma solução de conhecimento que pretende disponibilizar informação analítica aos clientes da REDUNIQ, a maior rede de aceitação de cartões nacionais e estrangeiros em Portugal, com base em informação do retalho nacional, suportando empresas na geração de *insights* e na tomada de decisões de desenvolvimento de negócio. A REDUNIQ, que só em 2019, transacionou 20 mil milhões de euros em compras em 2019, num total de 539 milhões de transações, dispõe de informação detalhada sobre os perfis de consumo realizados em estabelecimentos servidos pela sua rede.

**Para mais informações, contacte:**

Lift Consulting

Fábio Duarte | fabio.duarte@lift.com.pt | 911 774 428

André Saramago | andre.saramago@lift.com.pt | 912 896 471