

# REDUNIQ<sup>®</sup>

Enhanced  
Payment Experience

RETURN  
ON IDEAS

## REDUNIQ<sup>®</sup> INSIGHTS

A REALIDADE DO SISTEMA DE RETALHO COM O APROXIMAR DO NATAL

16 de Dezembro 2020



Powered by  
**UNICRE**

# REDUNIQ<sup>®</sup> INSIGHTS

O **REDUNIQ Insights**, que resulta da parceria entre a REDUNIQ e a Return on Ideas, é uma solução de conhecimento que pretende disponibilizar análises de valor acrescentado aos seus clientes, com base em informação sobre a atividade do retalho nacional, suportando empresas na geração de insights e na tomada de decisões de desenvolvimento dos seus negócios.

A **REDUNIQ**, a maior rede de aceitação de cartões nacionais e estrangeiros em Portugal (tendo transacionado 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.

A **Return on Ideas** é uma empresa de estratégia e consumer knowledge que, alavancando o seu **Projecto C-Lab**, fundado em 2009, se afirma como conhecedora e intérprete diferenciada do comportamento dos consumidores portugueses e da evolução dos diferentes mercados de retalho em Portugal.



Neste nosso 10o Relatório REDUNIQ Insights, com dados até dia 12 de Dezembro, pretendemos manter a capacidade de em tempo real acompanhar a realidade de um período (o Natal) que, sendo estrutural para a performance anual de um grande número de categorias, pode estar condicionado pelo agravar, recente, das medidas de combate à Pandemia.

Para se garantir máxima nitidez ao “filme” que se pretende narrar, inclui-se, novamente, neste relatório um conjunto de análises da evolução diária do sistema de retalho que permite observar uma interessante e complexa reconfiguração das sazonalidades do consumo. Transversalmente, os números evidenciam um Sistema ainda pautado por uma profunda instabilidade, incapaz de consolidar tendências de recuperação, observando, pontualmente, novas tendências de agravar das perdas.

Mantêm-se evidentes as reacções instantâneas de ajustamento dos comportamentos de consumo por parte dos consumidores a *pari-passu* com a forma como as Medidas Políticas limitam os seus quotidianos e sinalizam aumentos de risco.

No sentido inverso, o surgimento de “boas notícias” também tem influência no comportamento dos consumidores. Veja-se como após o anúncio de um Natal com menos restrições o consumo acelerou na 2ª semana de Dezembro.

## — Introdução



Querendo que as nossas análises sejam hiper-realistas mantivemos, neste 10º Relatório REDUNIQ Insights, lógicas de análises setoriais que visam mitigar o impacto, nos grandes números, do que são efeitos do aumento do número de Pontos de Venda enquadrados no Sistema REDUNIQ.

Ressalvamos, novamente, que os números agregados reflectem nos últimos meses não só: (i) uma dinâmica de entrada de novos pontos de venda no sistema (em grande parte ditada pela necessidade percebida pelos retalhistas de passarem a oferecer soluções de *Contactless* aos seus clientes) como (ii) o que projetamos que seja o efeito de transferência para meios eletrónicos de pagamentos historicamente feitos em dinheiro vivo.

Em concreto, ao longo dos 9 meses de Pandemia que registamos foi expressivo o aumento de pontos de venda em categorias como: Retalho Alimentar Tradicional (a modernização das mercearias), Cabeleireiros (a necessidade de ponderar pagamentos sem ser em dinheiro vivo), Farmácias e mesmo Restaurantes.

Se é certo que no total do Sistema (todas as categorias) este efeito não tem impactos expressivos na comparabilidade face ao homólogo (dado que são categorias que contribuem com menos de 1/3 para o total do sistema), já nas análises de Zoom In setorial, assumimos que importa separá-lo para melhor percebermos a realidade comparável dos diferentes sectores.

Mantemos, assim, neste Relatório, um gráfico de análise dos diferentes setores em que, de forma simultânea, analisamos a evolução, face a períodos homólogos (i) da Faturação Total da categoria, (ii) do Número de Pontos de Venda da categoria (no sistema REDUNIQ) e (iii) da consequente evolução de um indicador de “Facturação Média” dos Pontos de Venda.

Num contexto em que os Novos Aderentes ao sistema são, em termos de perfil, genericamente iguais aos que constituíam a base histórica, consideramos que a linha que sintetiza a “evolução da faturação média” pode ser percebida com um proxy muito eficiente de análises *like-for-like* (desconsiderando efeitos do aumento do número de Pontos de Venda).

## — Agenda

**1. EVOLUÇÃO DA PERFORMANCE DO SISTEMA DE  
RETALHO 2020/2019**

**2. EVOLUÇÃO DA PERFORMANCE POR DISTRITO  
2020/2019**

**3. EVOLUÇÃO DA PERFORMANCE SETORIAL  
2020/2019**

**4. EVOLUÇÃO DO PAGAMENTO CONTACTLESS  
2020/2019**



**No final de Outubro**, à entrada desta nova fase de agravamento das medidas de combate à pandemia, que configuram, de forma imediata e simultânea, condicionantes ao funcionamento da oferta e aos comportamentos da procura, **já se observava uma estabilização da recuperação dos números globais do Sistema (a economia dos -10%)**. A prevalência da ausência de turistas explica em parte essa realidade, acrescentando o efeito do que já havia sido o comportamento e funcionamento em Estado de Calamidade.

**A entrada em Novembro** com (i) um fim de semana em que a circulação entre concelhos esteve limitada, (ii) o decretar de medidas especiais de confinamento para 121 concelhos de maior risco, (iii) o decretar do Estado de Emergência e (iv) com este, a obrigatoriedade de recolher obrigatório aos fins de semana a partir das 13h, **precipitou uma nova fase de quebras do consumo** (em contraciclo com o que seria a natural tendência observada a pouco mais de um mês do Natal)

**A 2ª quinzena de Novembro** definiu um marcante retomar de agravar de perdas para muitos setores, a incapacidade de se entrar numa dinâmica de “tempo de Natal”, assim configurando-se um final de ano que pouco contribuirá para recuperar as brutais perdas acumuladas a partir do 1º Estado de Emergência.

Vivemos tempos em que, mesmo sem níveis de Confinamento equivalentes aos de Março e Abril, o multiplicar de medidas / regras para o abrandamento dos números da Pandemia, tem tido impactos diretos no “acesso” / “consumo” de categorias de maior discricionariedade (moda, perfumaria, restauração, hotelaria, etc).

O **arranque de Dezembro** com duas semanas absolutamente atípicas, com feriados e tolerâncias de pontes com fortes restrições, foi pautado por um acelerar de consumos em quase todas as categorias. O início do espírito de Natal? O consumo acelerou em 4 dias sem trabalho (apesar dos horários de recolhimento) para muitos portugueses. Perceber o caminho até ao final do ano, será crítico para validar se o Natal pode ajudar os sectores em maior perda a recuperar em termos de números acumulados.

# Evolução da Performance do Sistema do Retalho 2020/2019

Faturação | Transações

REDUINQ  
INSIGHTS

RETURN  
ON IDEAS



## Comentários & Análise

### Evolução da Faturação Total 2020/2019 (quinzenas)

No global do Sistema de Retalho, e após uma relativamente rápida e acentuada recuperação observada entre maio e final de agosto, os níveis de faturação têm, desde então, revelado uma tendência de estabilização em valores um pouco mais de 10% abaixo dos períodos homólogos.

Houve um ligeiro piorar da performance no decurso de um “estranho” mês de Novembro (condicionado por um conjunto de novas e exigentes medidas para limitar a evolução da Pandemia), do qual, aparentemente, se está a recuperar em Dezembro (apenas 8% abaixo do homólogo – baixando da barreira psicológica dos 2 dígitos)

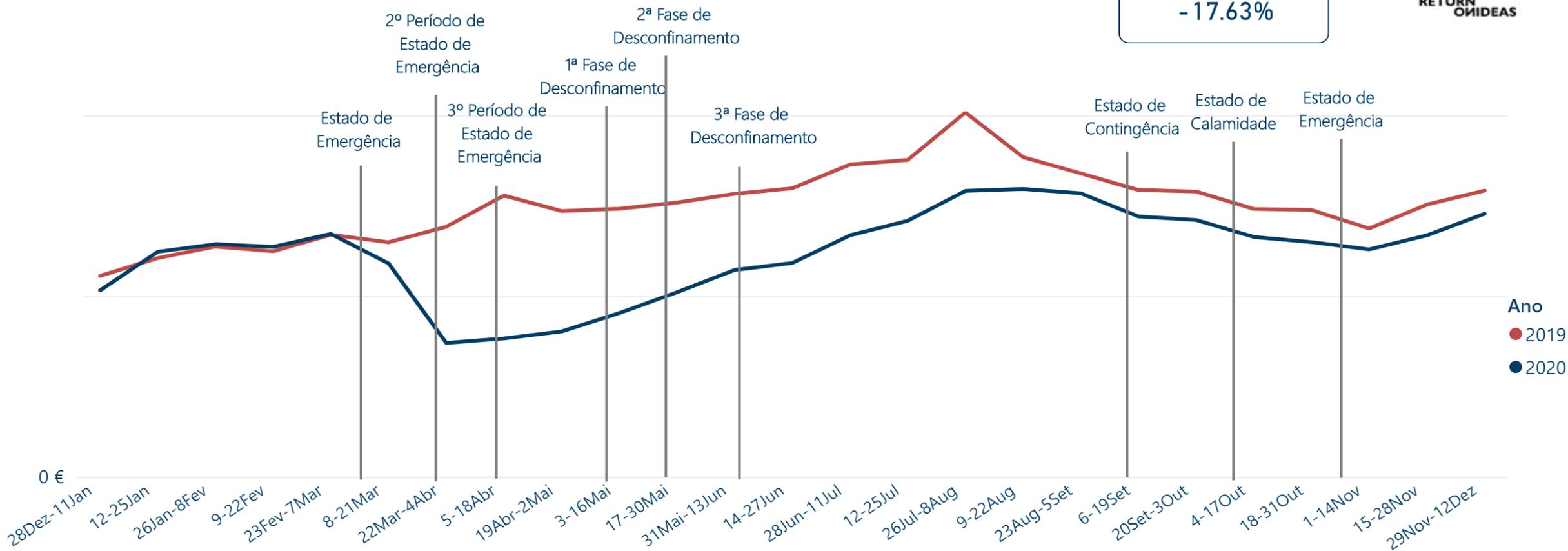
Em grande parte, o Gap resulta do prevalecer da ausência de consumidores estrangeiros (turismo), o que leva a perspetivar que a recuperação em falta possa ainda demorar longos meses (anos) a ser concretizada (em meados de Novembro, a IATA publicou novos cenários em que projecta o retomar dos níveis de “viagens aéreas” de 2019 apenas em 2024).

Esta aparente estabilização (numa espécie de “Economia dos 90%”) evidencia, por outro lado, a configuração de um novo base case de comportamentos de consumo de uma sociedade ainda em modo “Mundo COVID” (com segmentos relevantes da sociedade ainda em modo Teletrabalho) - um tempo que, antecipamos, se deverá projetar por mais 1 a 2 trimestres.

A realidade que o gráfico seguinte reflete, em que se observa uma quebra acumulada para o ano de perto de 18% do retalho, e o exercício de projeção dos próximos meses será mais nítido analisando os últimos números da OCDE para a economia portuguesa: uma quebra do PIB de 8,4% este ano, seguida por 2 anos de uma recuperação muito modesta, +1,7% em 2021 e +1,9% em 2022 (o que nos levará a entrar em 2023 com um PIB mais de 5% abaixo do de 2019).

# Evolução da Faturação Total 2020/2019 (Quinzenas)

YOY Acumulado a Novembro  
-17.63%



-7%	3%	1%	2%	0,3%	-9%	-46%	-51%	-45%	-39%	-33%	-27%	-26%	-23%	-19%	-22%	-10%	-7%	-9%	-10%	-10%	-12%	-8%	-11%	-8%
<b>Variação Homóloga</b>																								

NOTA: Estes números contemplam o efeito do aumento (ou diminuição) do número de pontos de venda activos no Sistema REDUNIQ. Assim, esta análise de variação homóloga pode não configurar uma lógica de like-for-like. Os sectores onde a variação, com a entrada de novos pontos de venda, foi mais expressiva foram: retalho alimentar tradicional; farmácias, restauração e cabeleiros. Pela dimensão destes sectores, o efeito de aumento da facturação decorrente da entrada de novos pontos de venda no sistema REDUNIQ, é relativamente baixo no global.

## Comentários & Análise

### Evolução do Número Total de Transações 2020/2019 (quinzenas)

Até à entrada do mês de Novembro observava-se uma relativa convergência entre o número de transações em 2020 e em 2019 (em parte fruto do efeito do aumento de Terminais de Pagamento no sistema REDUNIQ), ainda que, naturalmente, com um mix de categorias e tickets médios diferentes.

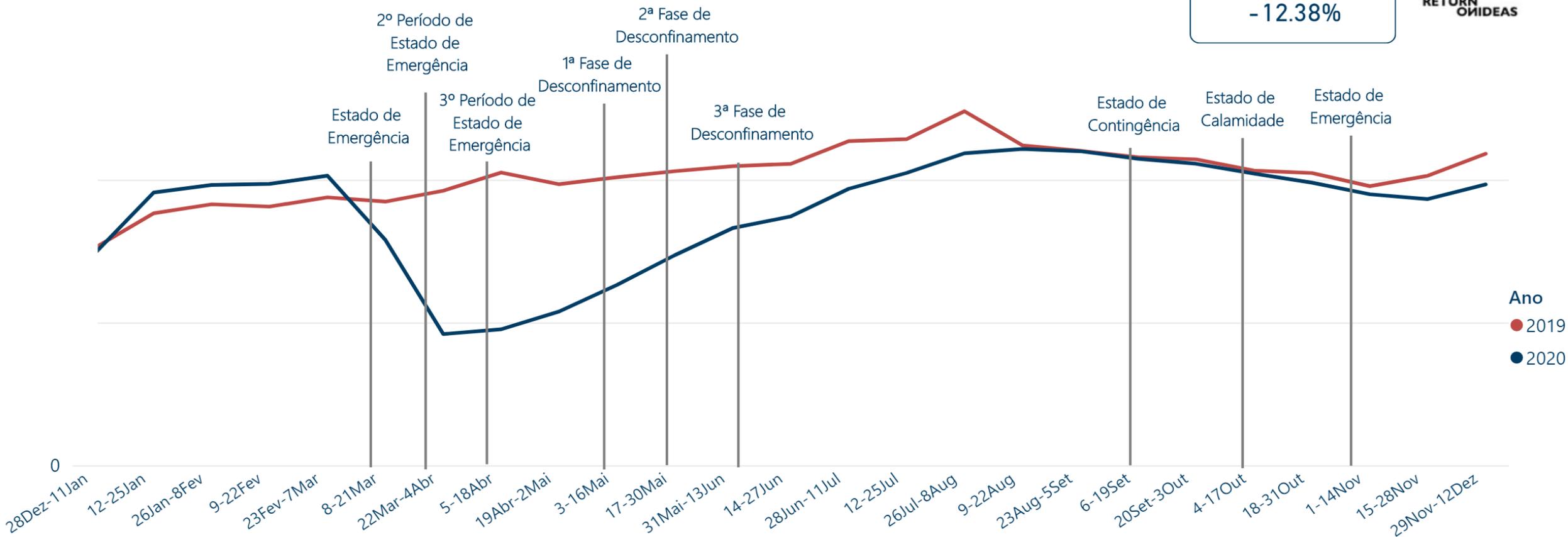
**Novembro**, que tipicamente seria o mês do arranque do “fenómeno” Natal, com um aumento do número transações (ver linha vermelha do gráfico seguinte), revelou este ano uma incapacidade de aceleração do consumo. As novas restrições foram, de facto, limitantes na relação com um amplo conjunto de categorias que deveriam ter conseguido crescer e que, pelo contrário, agravaram quebras face ao homólogo de 2019 (para mais, num período em que se enquadrava a “Black Friday”)

A recuperação do **arranque de Dezembro**, é assim, melhor explicada pelo efeito da subida do ticket médio do que pelo efeito do aumento do número de transações.

**Nota:** a análise destes números deve ter em perspectiva o facto de 2020 estar a ser pautado por um impressionante crescimento do uso de contactless no que, em parte, pode estar a configurar uma transferência de pagamentos em dinheiro vivo – notas e moedas – para o sistema REDUNIQ (zoom in adiante no presente relatório). Neste contexto, parte da recuperação da faturação e do número de transações pode ser explicada por este fenómeno de desmaterialização de pagamentos.

# Evolução do Número Total de Transações 2019/2020 (Quinzenas)

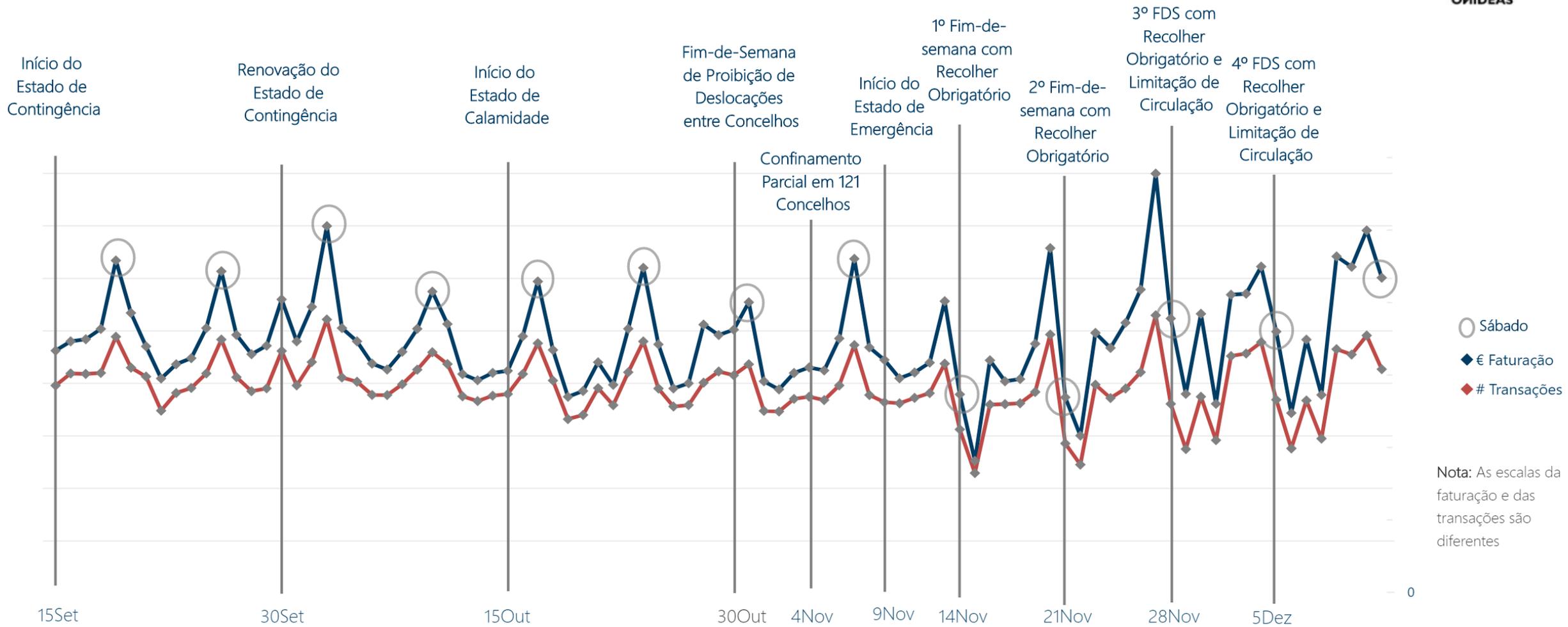
YOY Acumulado a Novembro  
-12.38%



-2%	8%	7%	9%	8%	-15%	-52%	-54%	-45%	-37%	-29%	-21%	-18%	-15%	-10%	-12%	-1%	-0%	-1%	-1%	-1%	-3%	-3%	-8%	-10%
<b>Variação Homóloga</b>																								

NOTA: Estes números contemplam o efeito do aumento (ou diminuição) do número de pontos de venda activos no Sistema REDUNIQ. Assim, esta análise de variação homóloga pode não configurar uma lógica de like-for-like. Os sectores onde a variação, com a entrada de novos pontos de venda, foi mais expressiva foram: retalho alimentar tradicional; farmácias, restauração e cabeleireiros. Pela dimensão destes sectores, o efeito de aumento da facturação decorrente da entrada de novos pontos de venda no sistema REDUNIQ, é relativamente baixo no global.

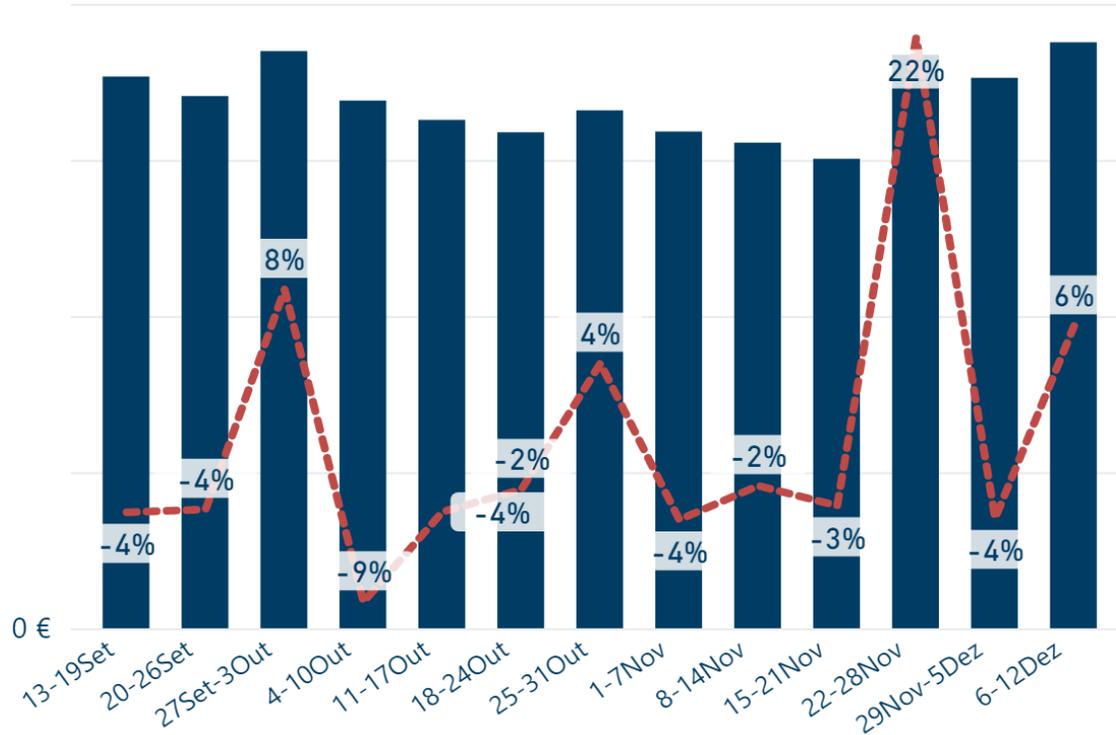
## Zoom in: Evolução Diária da Faturação e das Transações (15 Setembro a 12 Dezembro)



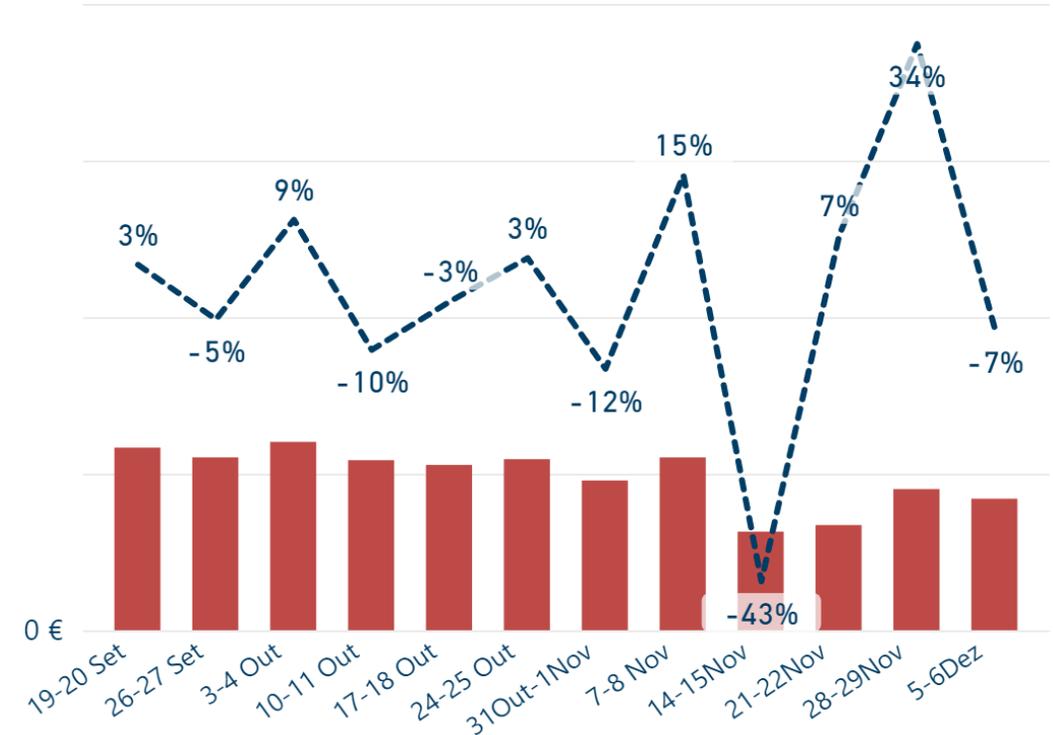
O zoom in (faturação diária) aos últimos 3 meses torna evidente o impacto que as medidas incrementais para tentar conter a pandemia têm no comportamento dos consumidores e do consumo. Em particular, a multiplicidade e radicalidade das medidas tomadas em Novembro, determinou uma imensa instabilidade e imprevisibilidade do sistema, que apesar do evidente pico da Black Friday, configurou novas "sazonalidades" semanais. É particularmente interessante observar o "desaparecer" dos sábados - como normais picos semanais de consumo - em face dos seus recolheres obrigatórios. Neste novo contexto, as 6as feiras assumiram-se como os dias de maior consumo (com alguma capacidade de compensar perdas por limitação de acesso aos fins de semana). A semana de 5 a 12 de Dezembro pautou um importante retomar da dinâmica de recuperação, no que acreditamos seja a entrada em Modo Natal (após o anúncio da redução de restrições para a semana de 25 de Dezembro).

## Zoom In: Evolução da Faturação Total 2020 (15 Setembro - 12 Dezembro)

Evolução Semanal da Faturação



Evolução da Faturação dos Fins-de-Semana



Estes gráficos ajudam a perceber melhor o efeito de "semanização do consumo" face às quebras registadas no natural "consumo dos fins de semana" (evidente no facto das quebras dos valores numa óptica semanal serem marcadamente menores do que as verificadas nos fins de semana). Resulta também claro do gráfico que, com o aproximar do Natal, e apesar das fortes restrições nos fins de semana, a facturação dos fins de semana consegue subir depois de uma brutal quebra de quase 50% no fim de semana de 14 e 15 de Novembro.

Mais, é evidente nos gráficos o importante efeito da Black Friday (na semana de 22 a 28 de Novembro), não obstante, este ano, os números da 6ª feira em apreço terem sido cerca de 16% menores do que os de 2019 (-30% em Tecnologia, -50% em Moda e -40% em Perfumarias). Ressalve-se que, parte da perda "no dia" resulta do facto de muitos dos players desta categoria terem repensando a dinâmica promocional alargando-a no tempo (em alguns casos para 1 mês inteiro).

# Evolução da Performance por Distrito 2020/2019

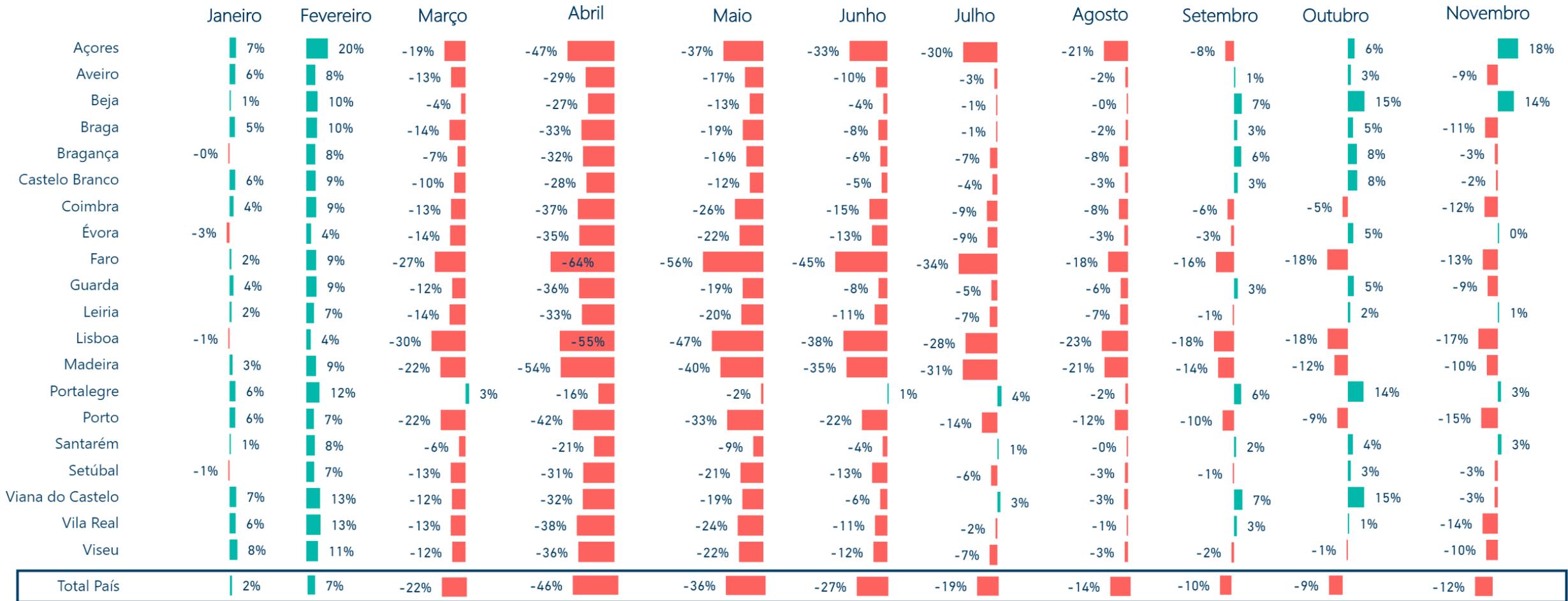
## Faturação

REDUNIQ  
INSIGHTS

RETURN  
ON IDEAS



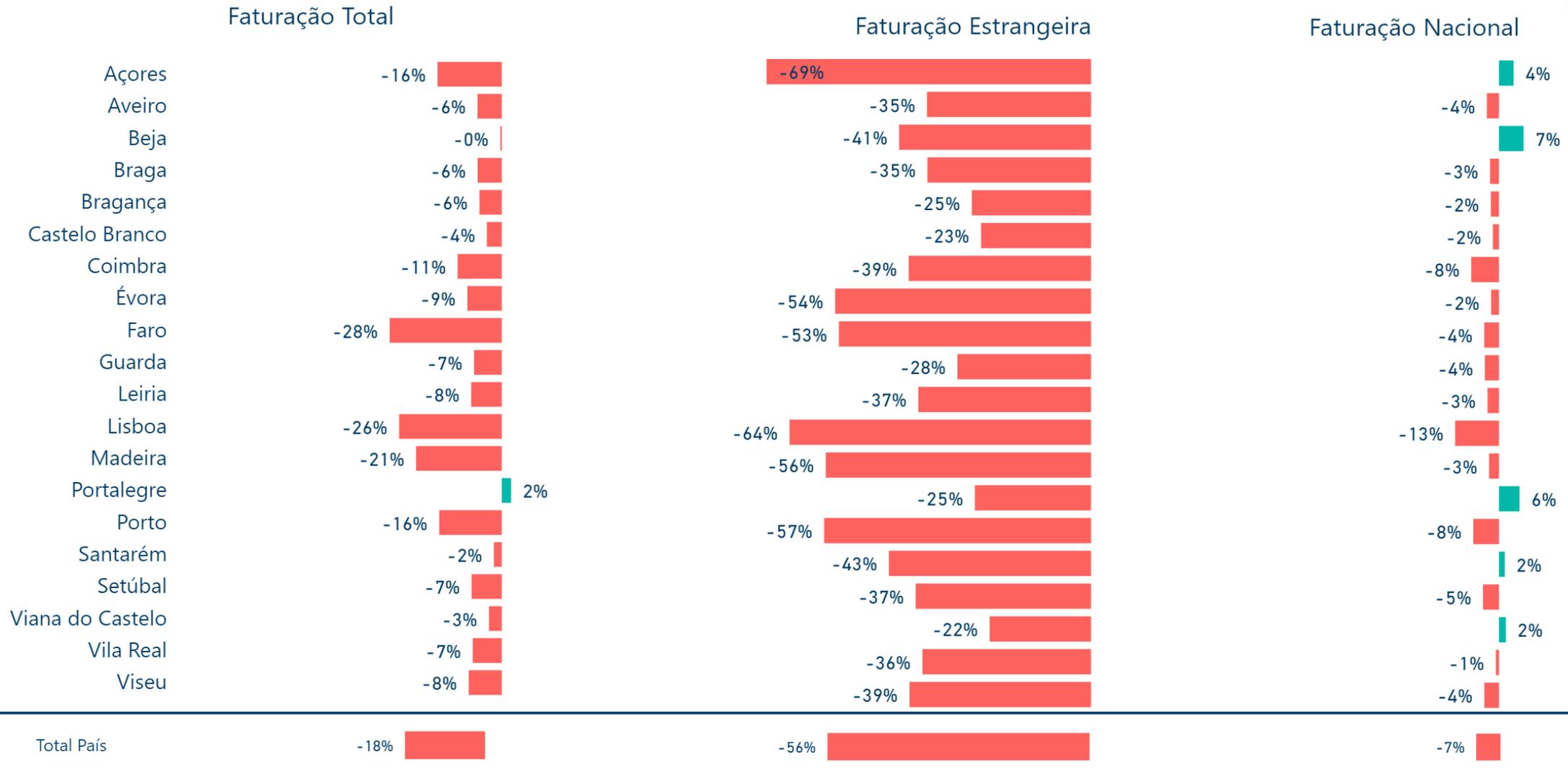
# Evolução da Faturação Total 2020/2019 por Distritos (Variações Homólogas)



NOTA: Estes números contemplam o efeito do aumento (ou diminuição) do número de pontos de venda activos no Sistema REDUNIQ. Assim, esta análise de variação homóloga pode não configurar uma lógica de *like-for-like*. Os sectores onde a variação, com a entrada de novos pontos de venda, foi mais expressiva foram: retalho alimentar tradicional; farmácias, restauração e cabeleiros. Pela dimensão destes sectores, o efeito de aumento da facturação decorrente da entrada de novos pontos de venda no sistema REDUNIQ, é relativamente baixo no global.

Este gráfico torna evidente que o mês de Novembro ditou uma pioria da realidade, um novo momento do adensar da perda face ao homólogo (de -9% em Outubro para -12% em Novembro). Eventualmente, mais importante ainda é perceber que este novo agravamento da "crise" é transversal a todo o território, com um largo espectro de distritos que já tinham "recuperado" quase tudo a voltarem a apresentar quebras de 2 dígitos. Em Novembro prevalecem como territórios mais afectados as grandes cidades e as principais regiões turísticas como Lisboa, Porto e Faro, que enquanto não recuperarem (o turismo), dificilmente o país como um todo passará da barreira dos -10%, mesmo com a boa performance de muitos distritos de menor dimensão.

## Faturação Acumulada por Distritos a Novembro (Variações Homólogas)



Olhar para a realidade a partir da análise das “perdas” acumuladas evidencia, de forma explícita, a amplitude da crise que os retalhistas sentem, comentam e para a qual procuram soluções e ajudas. Lisboa, que representou cerca de 1/3 do total da faturação do sistema em 2019, continua com perdas acumuladas superiores a 25%! Faro, o distrito turístico por excelência, tem um ano de 2020 30% abaixo de 2019. Percebendo o “mercado residente”, o mais accionável (por comparação com o turismo), confirma-se a perspetiva de uma quebra de consumo privado, no sistema REDUNIQ de 7% (INE apresenta valores próximos dos -5%), o que, refira-se, ainda não reflete o que antecipamos possa vir a ser uma forte crise económica que se adensará nos próximos meses.

# Zoom In Lisboa



express

RIA ANTIQUÁRIA DO CALHARIZ

M. MONIZ 28

550

BEIRÃO



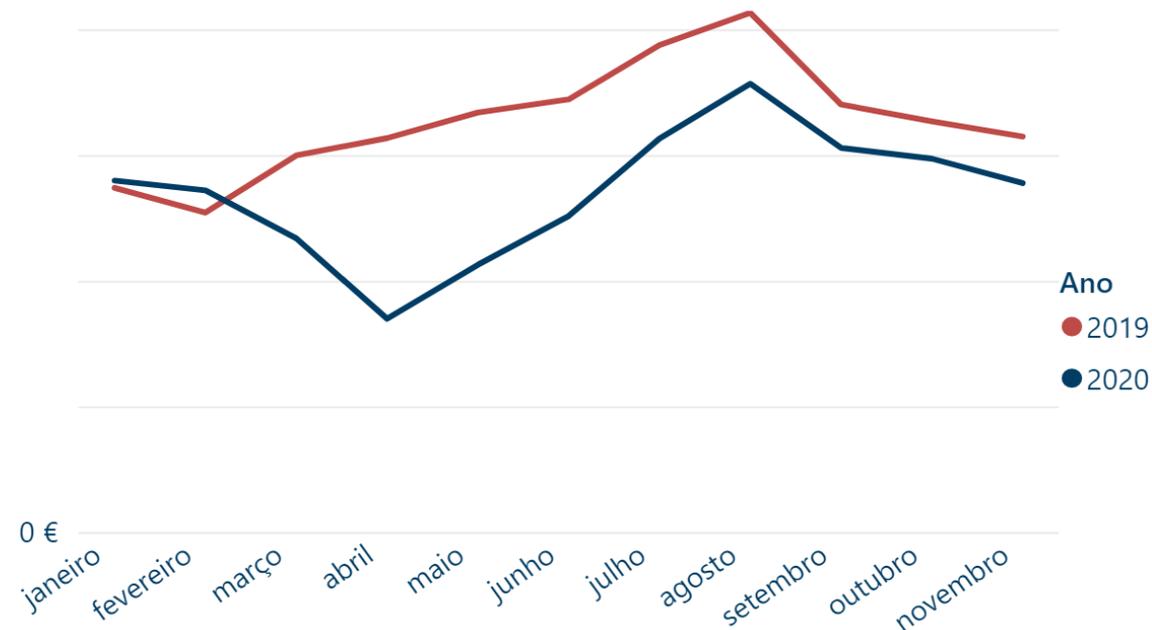
O LICOR DE PORTUGAL

## Zoom in Lisboa : Evolução da Faturação 2020/2019 (variações homólogas)

Peso da Faturação de Lisboa no Total do País

33.4%

Portugal



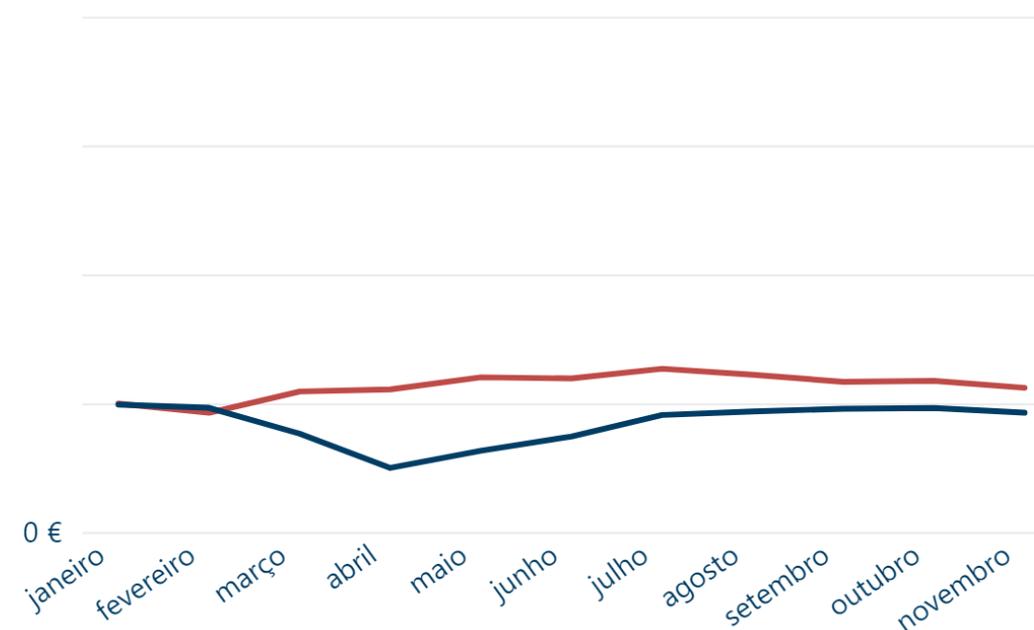
Ano  
● 2019  
● 2020

0 €

janeiro fevereiro março abril maio junho julho agosto setembro outubro novembro

2%	7%	-22%	-46%	-36%	-27%	-19%	-14%	-10%	-9%	-12%
Evolução Homóloga										

Lisboa



0 €

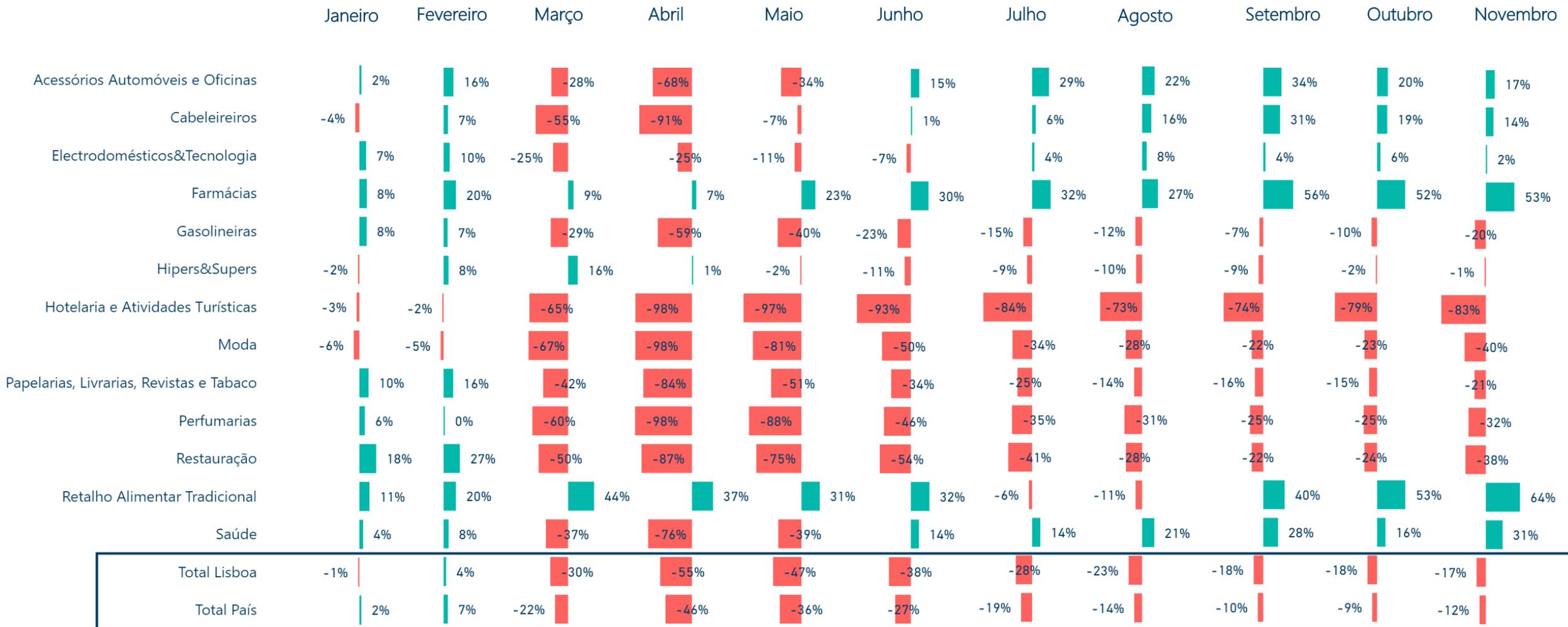
janeiro fevereiro março abril maio junho julho agosto setembro outubro novembro

-1%	4%	-30%	-55%	-47%	-38%	-28%	-23%	-18%	-18%	-17%
Evolução Homóloga										

NOTA: Estes números contemplam o efeito do aumento (ou diminuição) do número de pontos de venda activos no Sistema REDUNIQ. Assim, esta análise de variação homóloga pode não configurar uma lógica de *like-for-like*. Os sectores onde a variação, com a entrada de novos pontos de venda, foi mais expressiva foram: retalho alimentar tradicional; farmácias, restauração e cabeleiros. Pela dimensão destes sectores, o efeito de aumento da facturação decorrente da entrada de novos pontos de venda no sistema REDUNIQ, é relativamente baixo no global.

Um zoom in a Lisboa, distrito que representou cerca de 1/3 do total da faturação do sistema em 2019, permite observar alguns aspectos dignos de registo. Lisboa não beneficiou, até pelo contrário, do efeito "férias" que se percebe nos números globais. Lisboa tem um novo base case relativamente cristalizado em perdas próximas dos 20%, não obstante o retomar de alguma normalidade a partir do mês de setembro (ainda que, e sempre, sem turismo). O mês de Novembro, de uma cidade estruturalmente confinada, configurou um novo retomar de dinâmica de agravar das perdas.

## Zoom in Lisboa : Evolução da Faturação por Categoria 2020/2019 (variações homólogas)



A realidade torna-se mais dura quando se assume uma ótica setorial. Setores que deveriam estar a acelerar no período Natal viram as perdas face ao homólogo agravarem-se de forma muito significativa: Moda passou de -23% em Outubro para -40% em Novembro; Perfumarias de -25% para -32%; Restauração de -24% para -38%; Gasolineira de -10% para -20%. No computo geral a resiliência do mês de Novembro (que não piorou face a Outubro) é reflexo da evolução positiva do Retalho Alimentar e da Saúde.

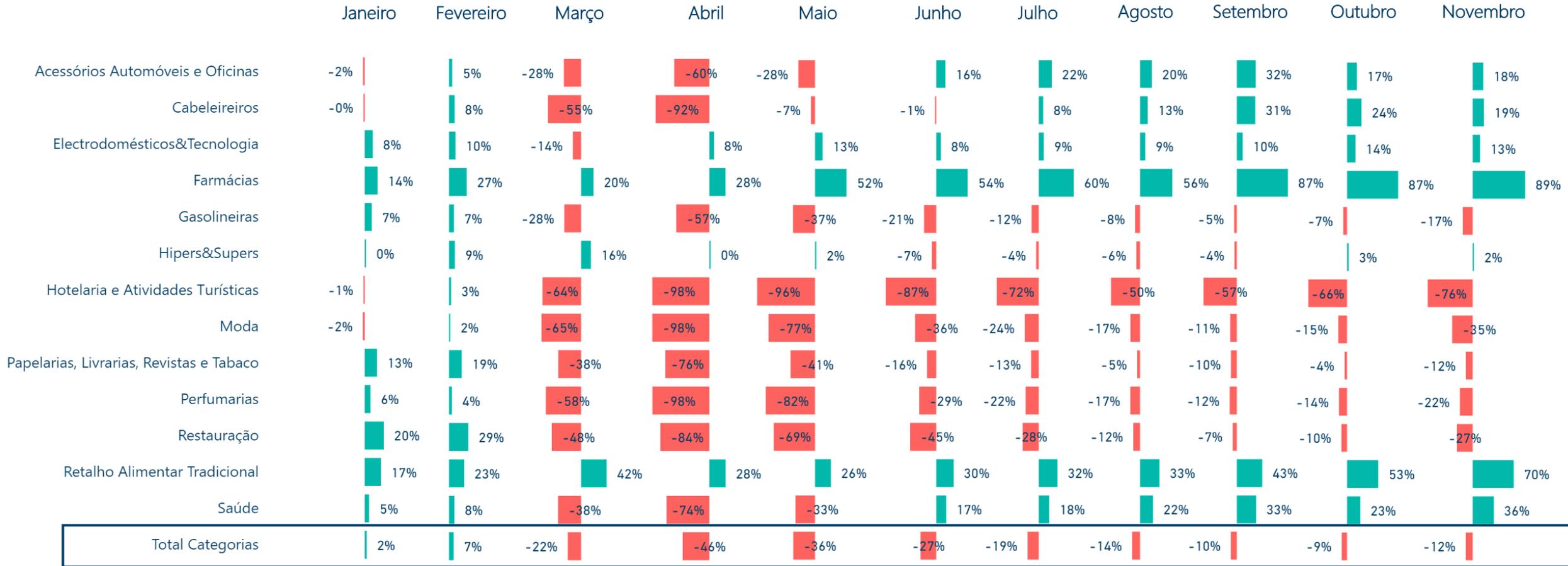
## — Evolução da performance setorial 2020/2019 (variações homólogas)

REDUINQ  
INSIGHTS

RETURN  
ON IDEAS



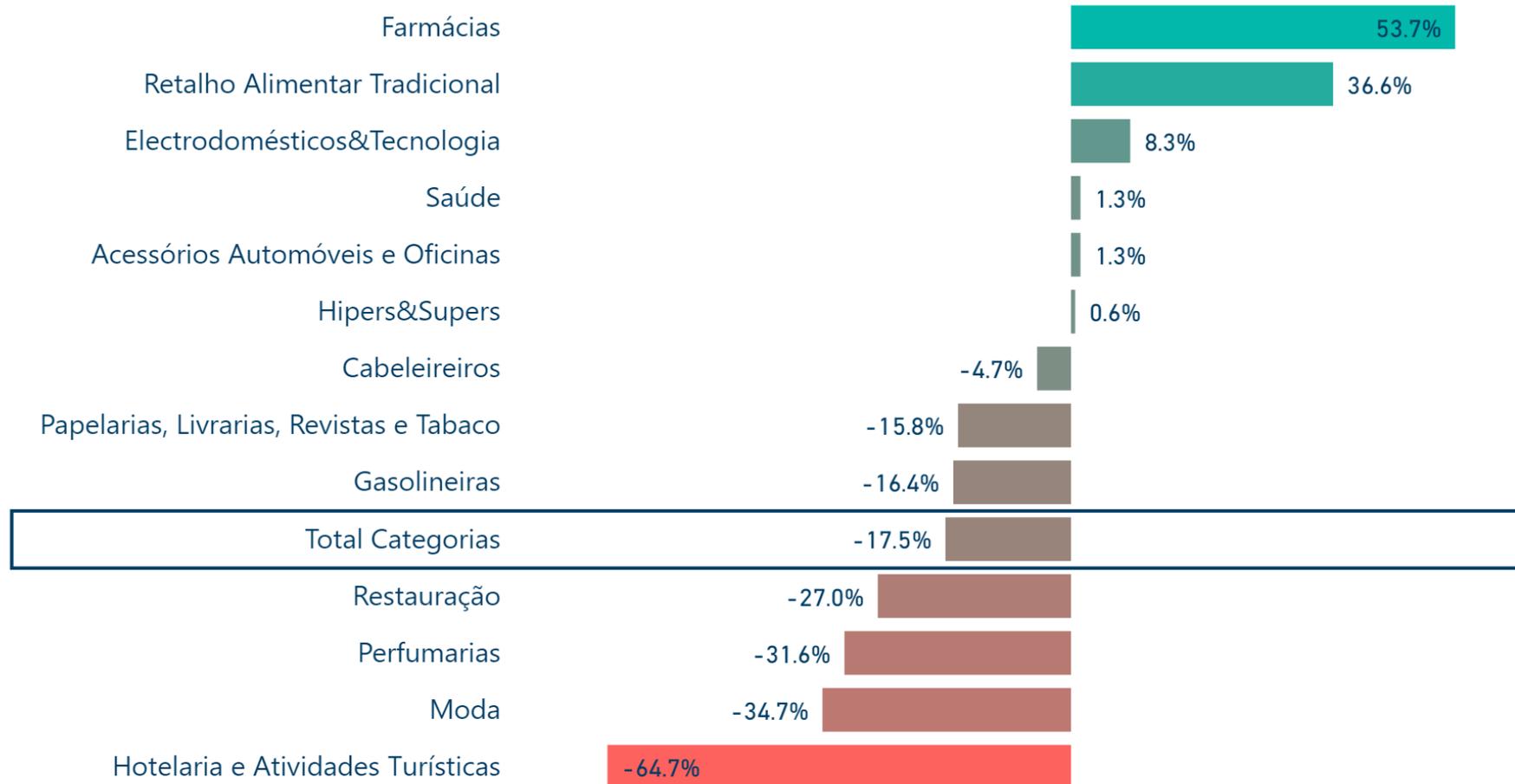
# Evolução da faturação por setor de Atividade 2020/2019 (variações homólogas)



NOTA: Estes números contemplam o efeito do aumento (ou diminuição) do número de pontos de venda activos no Sistema REDUNIQ. Assim, esta análise de variação homóloga pode não configurar uma lógica de *like-for-like*. Os sectores onde a variação, com a entrada de novos pontos de venda, foi mais expressiva foram: retalho alimentar tradicional; farmácias, restauração e cabeleireiros. Pela dimensão destes sectores, o efeito de aumento da facturação decorrente da entrada de novos pontos de venda no sistema REDUNIQ, é relativamente baixo no global.

A realidade da performance dos sectores a nível nacional não é, em termos de tendências, muito distinta da que enunciada para o distrito de Lisboa. São as categorias mais expostas ao Turismo (incluindo nesta análise a Restauração) e as que poderíamos apelidar de "categorias de centro comercial" as que maiores perdas ainda mantêm, perdas que se agravaram significativamente em Novembro (o esperado "fenómeno" Natal não se configurou até ao final de Novembro). Os "vencedores" (relativos) da configuração de um novo modelo de consumo em Mundo COVID, têm também evidente expressão logo após o 1º Desconfinamento. As categorias resilientes, em continuidade, como a dos Hipers&Supers evidenciam uma enorme estabilidade ao longo de todo o período (chave para manter o nível global do sistema dada a sua enorme representatividade no total do Consumo Privado de Retalho dos Portugueses).

## Faturação acumulada a Novembro por setor de atividade 2020/2019 (variação homóloga)

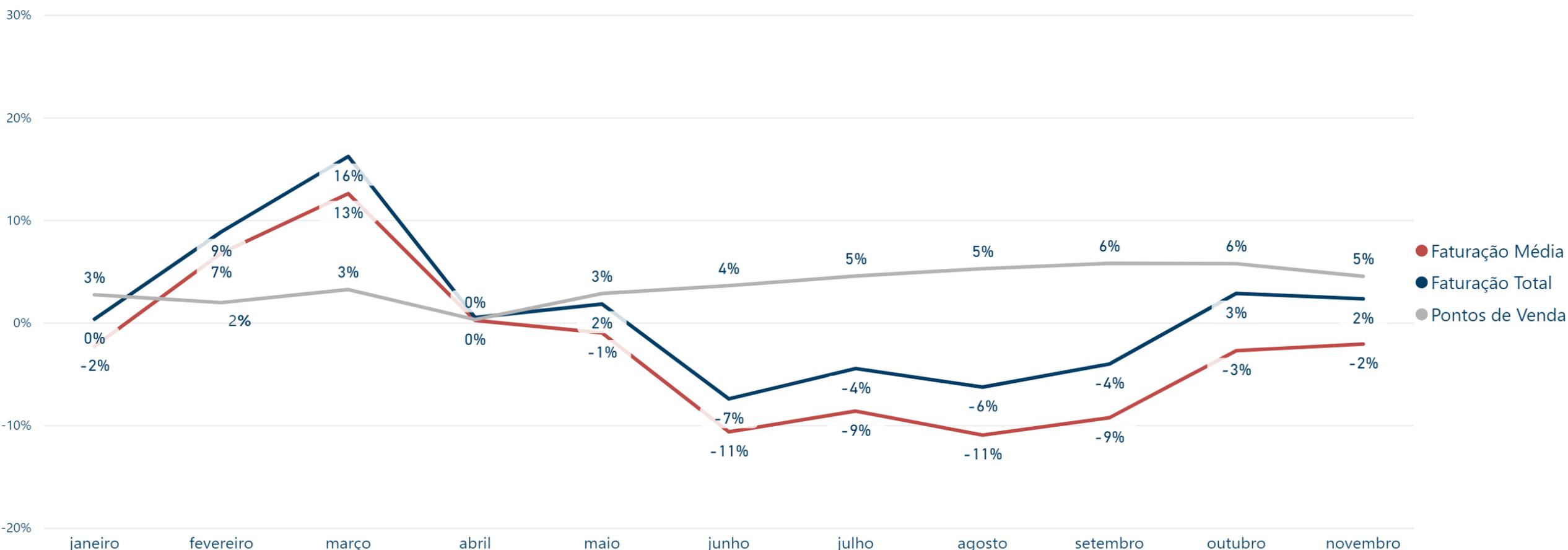


NOTA: Estes números contemplam o efeito do aumento (ou diminuição) do número de pontos de venda activos no Sistema REDUNIQ. Assim, esta análise de variação homóloga pode não configurar uma lógica de *like-for-like*. Os sectores onde a variação, com a entrada de novos pontos de venda, foi mais expressiva foram: retalho alimentar tradicional; farmácias, restauração e cabeleireiros. Pela dimensão destes sectores, o efeito de aumento da facturação decorrente da entrada de novos pontos de venda no sistema REDUNIQ, é relativamente baixo no global.

— Zoom in : Evolução da faturação por setores de Atividade 2020/2019  
(variações homólogas)

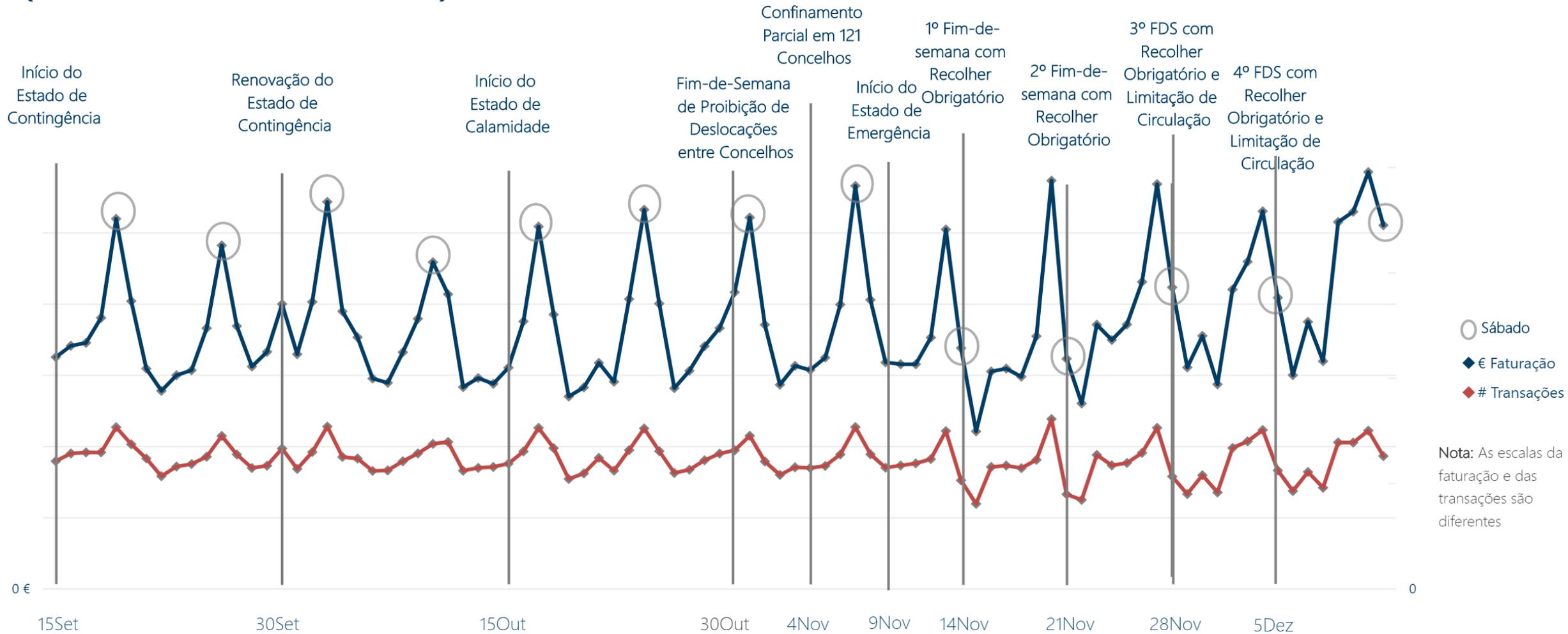


## Zoom In: Variação Homóloga da Faturação, Faturação Média e Pontos de Venda dos Hipers&Supers 2020/2019



O "regresso às aulas" marcou o início de um período de aceleração da recuperação da performance dos Hipers&Supers que, num verão sem turismo, tinham visto as suas vendas situar-se 10% abaixo de valores homólogos (veja-se a "faturação média" em linha com a nota na introdução do presente Relatório). Apesar de todas as condicionantes aos horários de funcionamento que durante o mês de Novembro foram impostas, a categoria conseguiu manter-se praticamente em valores iguais aos de 2019 (o que reflete, como se percebe na página seguinte, mais um redefinir dos processos de compra dos consumidores durante estes longos meses de "Mundo COVID")

# Zoom In: Evolução Diária da Faturação e Transações dos Hipers&Supers 2020 (15 Setembro - 12 Dezembro)



A lente fina da evolução diária ao longo dos últimos 2 meses e meio permite-nos constatar que o mês de Novembro recriou uma realidade que estava estruturalmente estabilizada. Progressivamente, o Sábado e o Domingo (encerrados por decreto pelas 13h) viram as compras migrarem para 6as feiras o que poderá refletir a realidade de novos quotidianos em tempos de prevalência da obrigatoriedade de trabalho remoto.

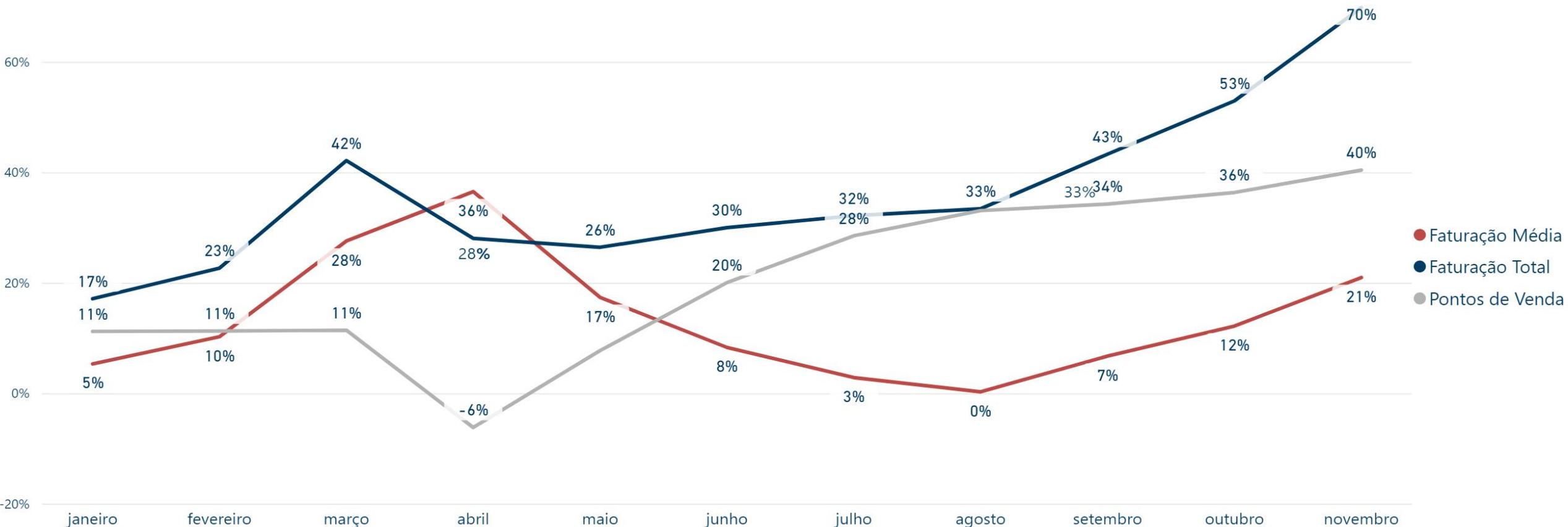
A 1ª quinzena de Dezembro evidencia crescimento apesar dos limites de capacidade instalada (veja-se a impressionante recuperação do último sábado).

Sem 6-12 Dez vs. Sem 20-26 Set = + 28,2%

FDS 5-6 Dez vs. FDS 7-8 de Nov = - 27,1%

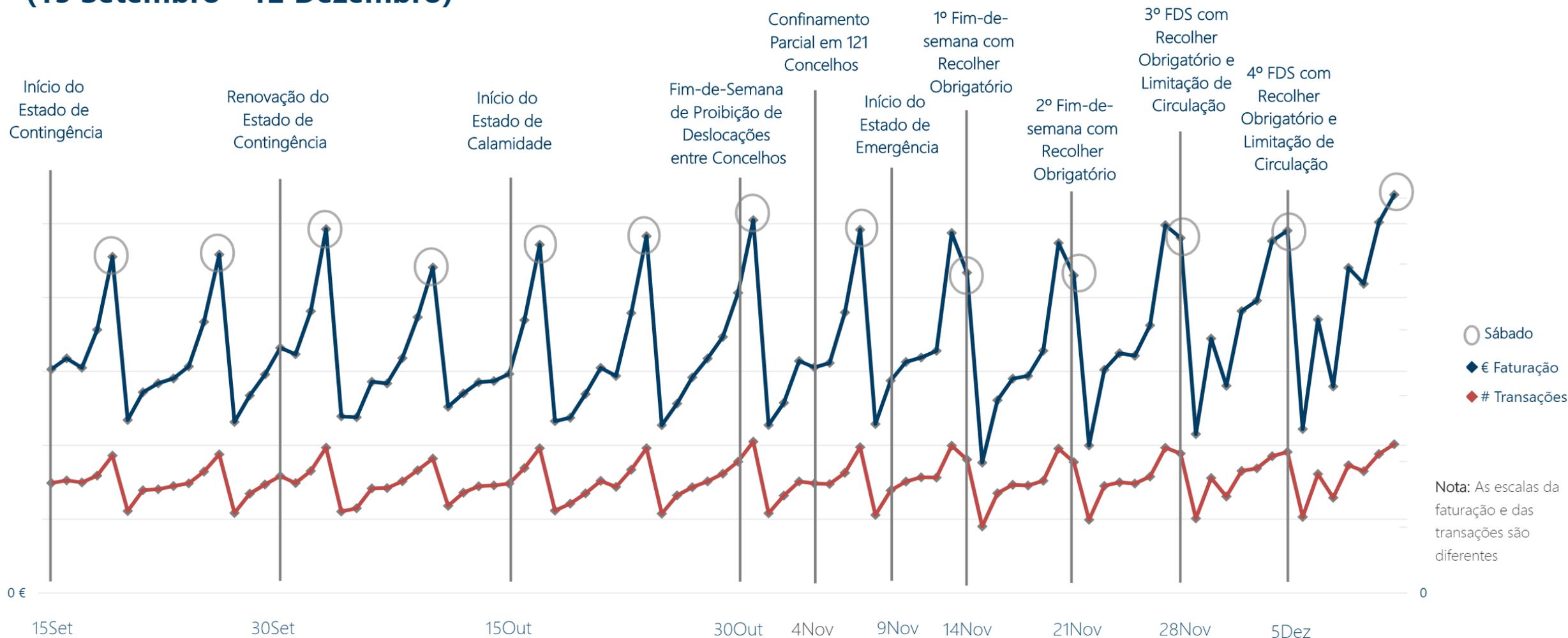
FDS 5-6 Dez vs. FDS 28-29 Nov = - 3,5%

## Zoom In: Variação Homóloga da Faturação, Faturação Média e Pontos de Venda do Retalho Alimentar Tradicional 2020/2019



Num paralelo muito evidente com o que se observou em Março e Abril, o formato Retalho Alimentar Tradicional foi o maior beneficiário das novas regras impostas desde meados de Novembro, o que o levou a ter um mês com faturação média 21% mais elevada do que a do período homólogo de 2019.

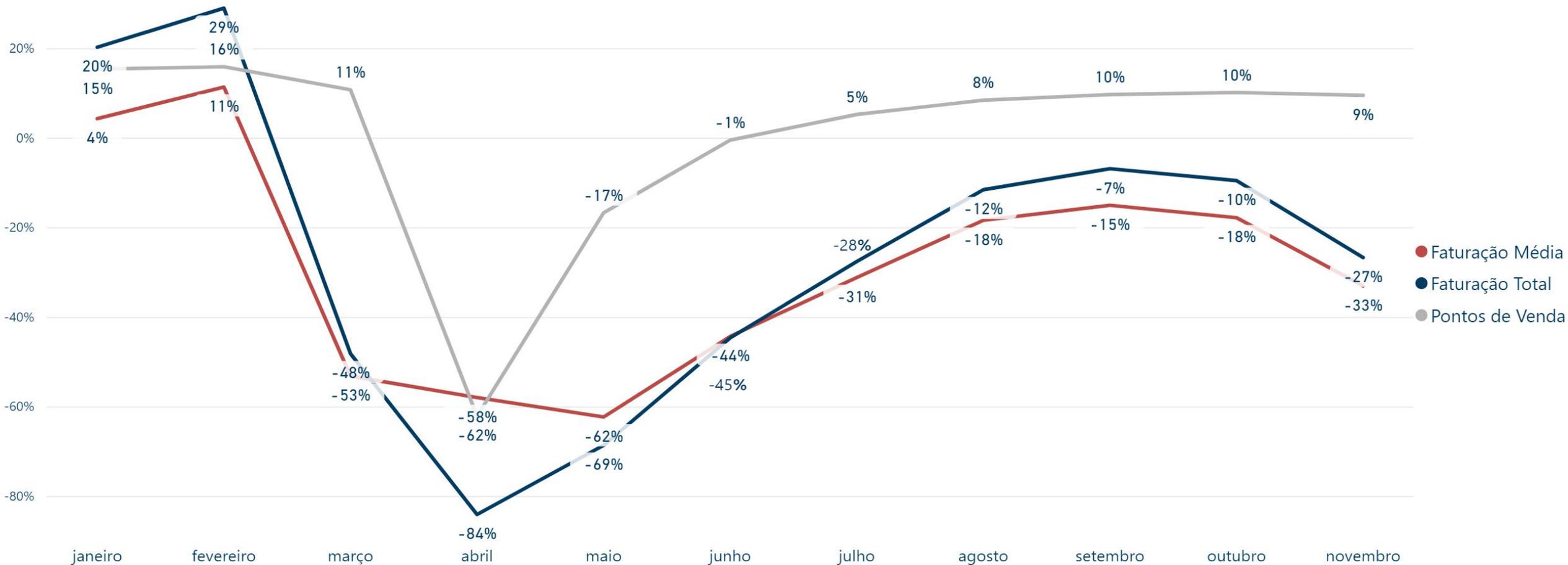
## Zoom In: Evolução Diária da Faturação e Transações do Retalho Alimentar Tradicional 2020 (15 Setembro - 12 Dezembro)



Em grande parte, o impressionante acelerar de ganhos enunciado na página anterior, resulta da forma como para esta categoria se configurou uma espécie de novo fim de semana com uma excelente 6ª feira e um ainda muito bom sábado (de entidades que, tipicamente, não abrem aos domingos, não perdendo com o recolher obrigatório também nesse dia imposto). Num arranque de dezembro onde todo o Retalho Alimentar cresceu, os formatos tradicionais aparentam ter beneficiado dos limites impostos aos formatos de maior dimensão (atingindo o melhor sábado de todo o período de análise)

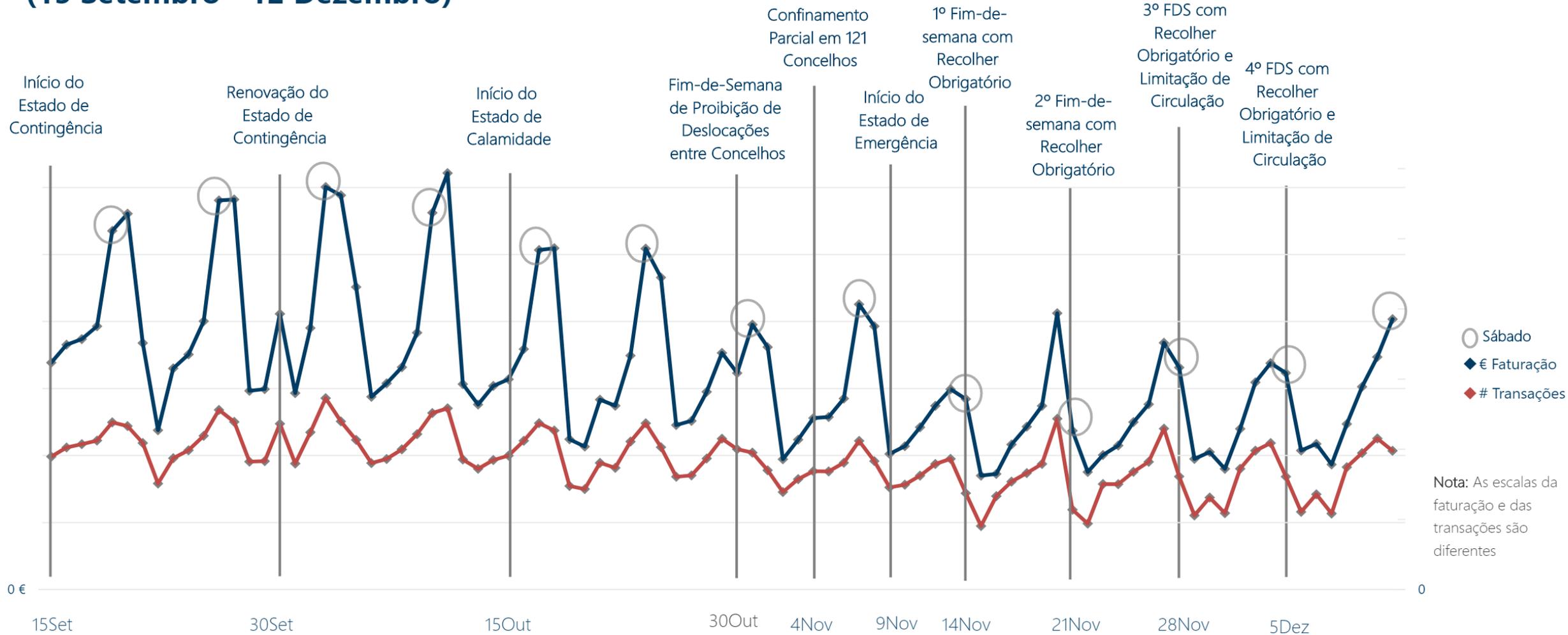
Sem 6-12 Dez vs. Sem 20-26 Set = + 25,3%    FDS 5-6 Dez vs. FDS 7-8 de Nov = - 1,1%    FDS 5-6 Dez vs. FDS 28-29 Nov = + 2,4%

## Zoom In: Variação Homóloga da Faturação, Faturação Média e Pontos de Venda da Restauração 2020/2019



A Restauração, depois de uma interessante dinâmica de recuperação durante os meses de verão, a partir de quebras máximas da Faturação Média de cerca de 60% (com 62% de pontos de venda encerrados), voltou a viver uma tendência de quebra em outubro e novembro, que se adensou no último mês, com quebras de 1/3 da faturação média face ao período homólogo.

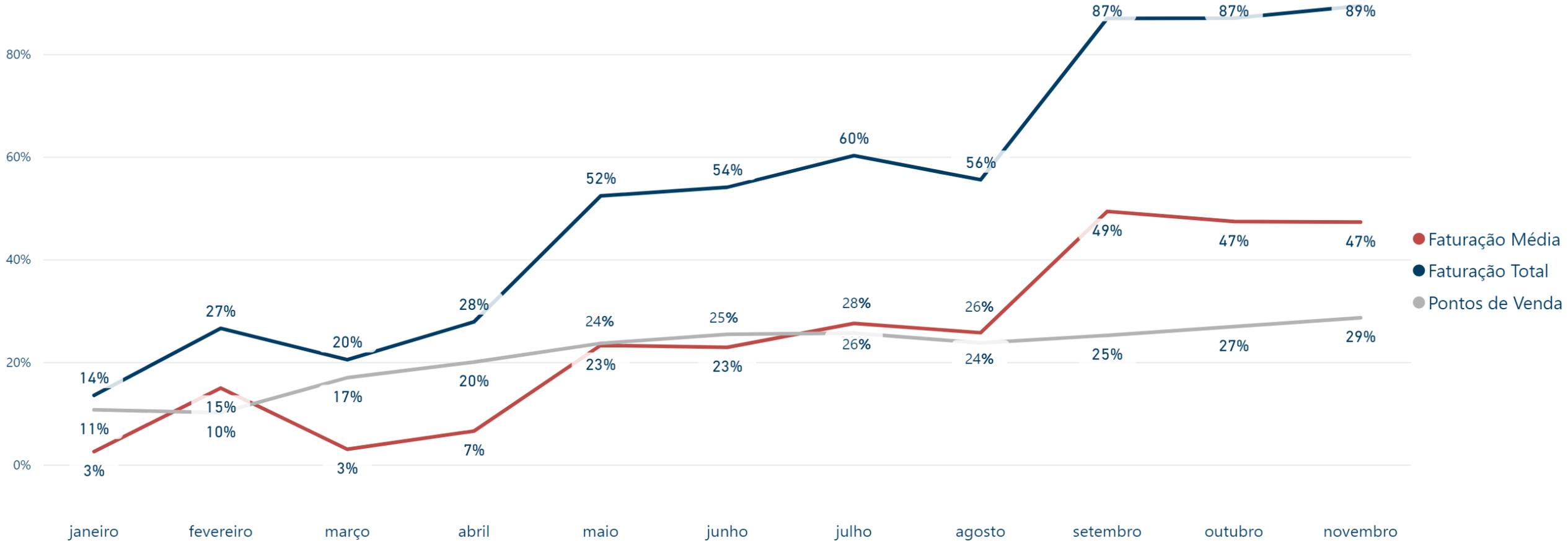
## Zoom In: Evolução Diária da Faturação e Transações da Restauração 2020 (15 Setembro - 12 Dezembro)



A Restauração continua a ser das categorias mais impactadas pelas medidas tomadas desde meados de outubro, momento a partir do qual se reentrou numa tendência de quebra face ao homólogo. O mês de Novembro (sobretudo a 1ª quinzena) com as medidas mais radicais que foram adotadas, foi estruturalmente de quebra para a categoria. O arranque de Dezembro, sem aparente mudança de circunstâncias, evidencia uma interessante melhoria, que, ainda assim, não configura capacidade de recuperar face ao homólogo.

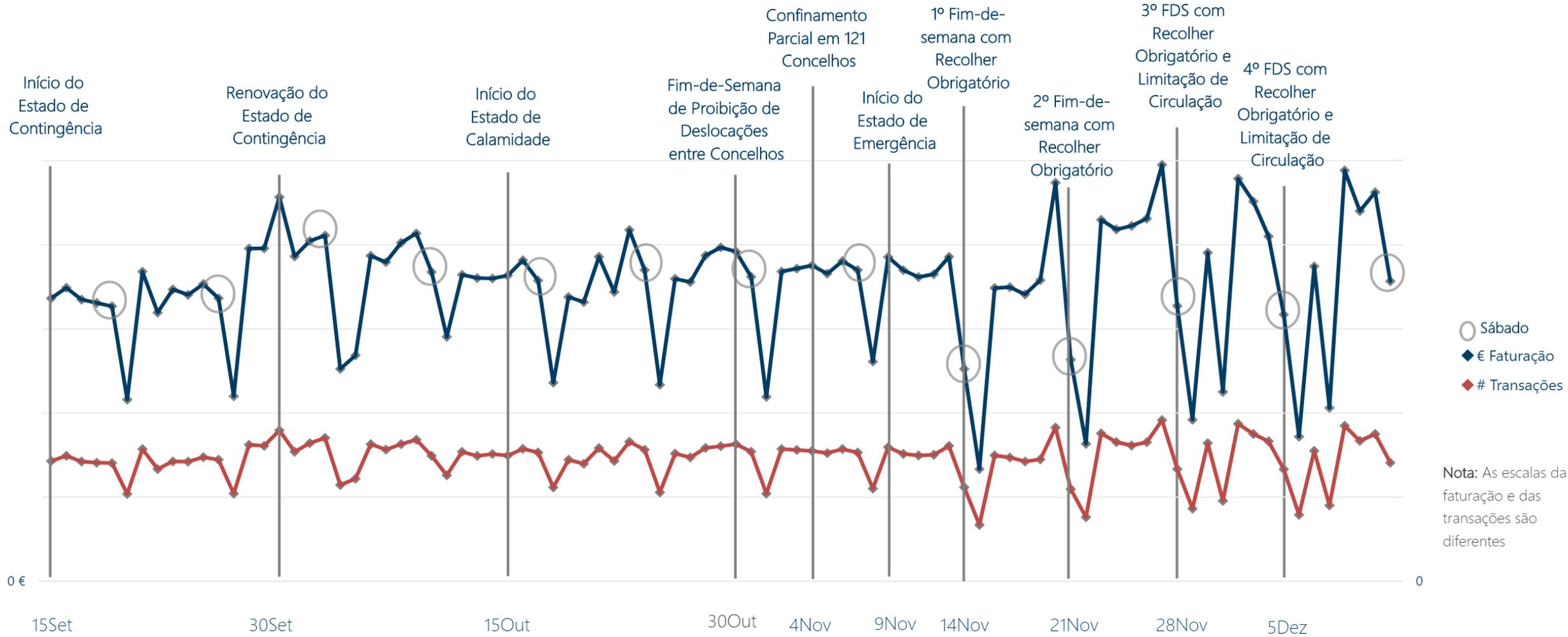
Sem 6-12 Dez vs. Sem 20-26 Set = - 32,5%      FDS 5-6 Dez vs. FDS 7-8 de Nov = - 35,2%      FDS 5-6 Dez vs. FDS 28-29 Nov = + 0,8%

## Zoom In: Variação Homóloga da Faturação, Faturação Média e Pontos de Venda das Farmácias 2020/2019



O setor das farmácias é daqueles em que o aumento do número de pontos de venda no Sistema REDUNIQ mais impacta os números da faturação total, tornando ainda mais crítica a análise da linha da faturação média. Ainda assim, é impressionante o crescimento de vendas observado, numa expressão da capacidade das farmácias se instituírem como um formato de retalho seguro em tempos de acesso difícil à saúde.

## Zoom In: Evolução Diária da Faturação e Transações das Farmácias 2020 (15 Setembro - 12 Dezembro)



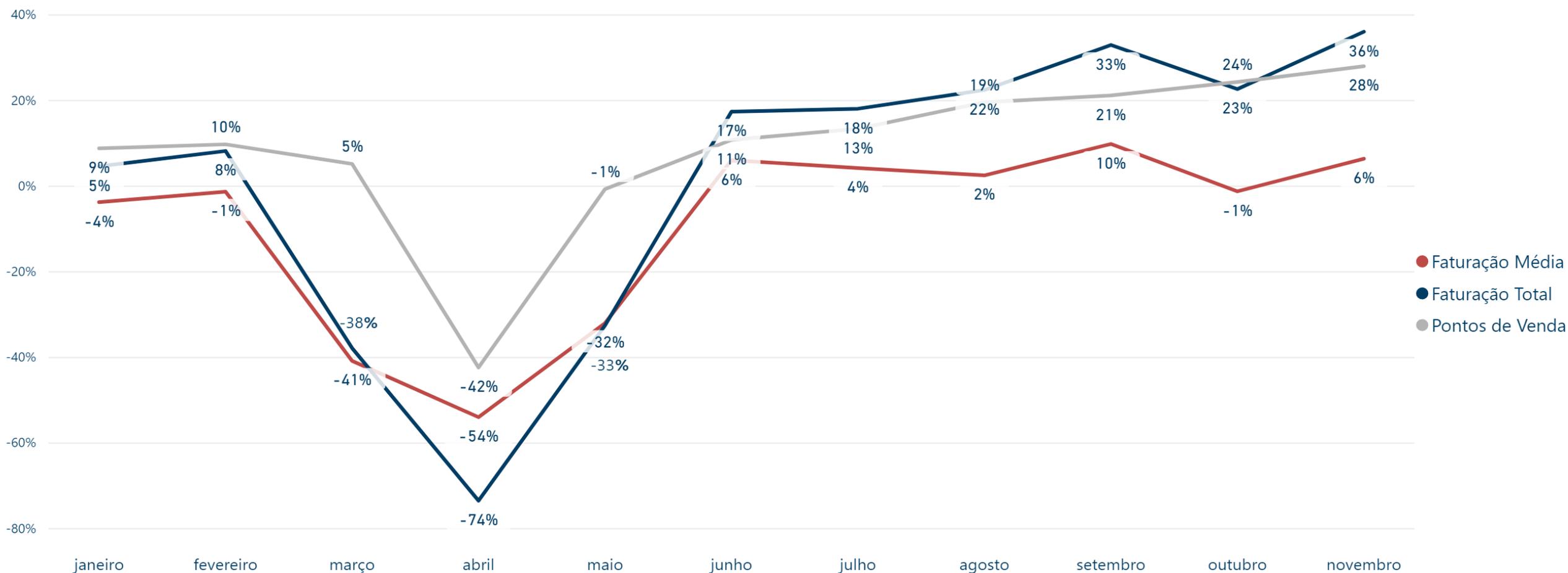
O gráfico da evolução diária da faturação das farmácias ilustra de forma clara a realidade de uma atividade estabilizada. Não obstante, o início do Estado de Emergência e entrada em vigor de medidas de recolher obrigatório aos fins-de-semana, fez notar novos períodos de pico de consumo, com a faturação ao fim-de-semana a atingir os níveis mais baixos desde o início do Estado de Contingência (a 15 de setembro).

Sem 6-12 Dez vs. Sem 20-26 Set = + 9,6%

FDS 5-6 Dez vs. FDS 7-8 de Nov = - 22,6%

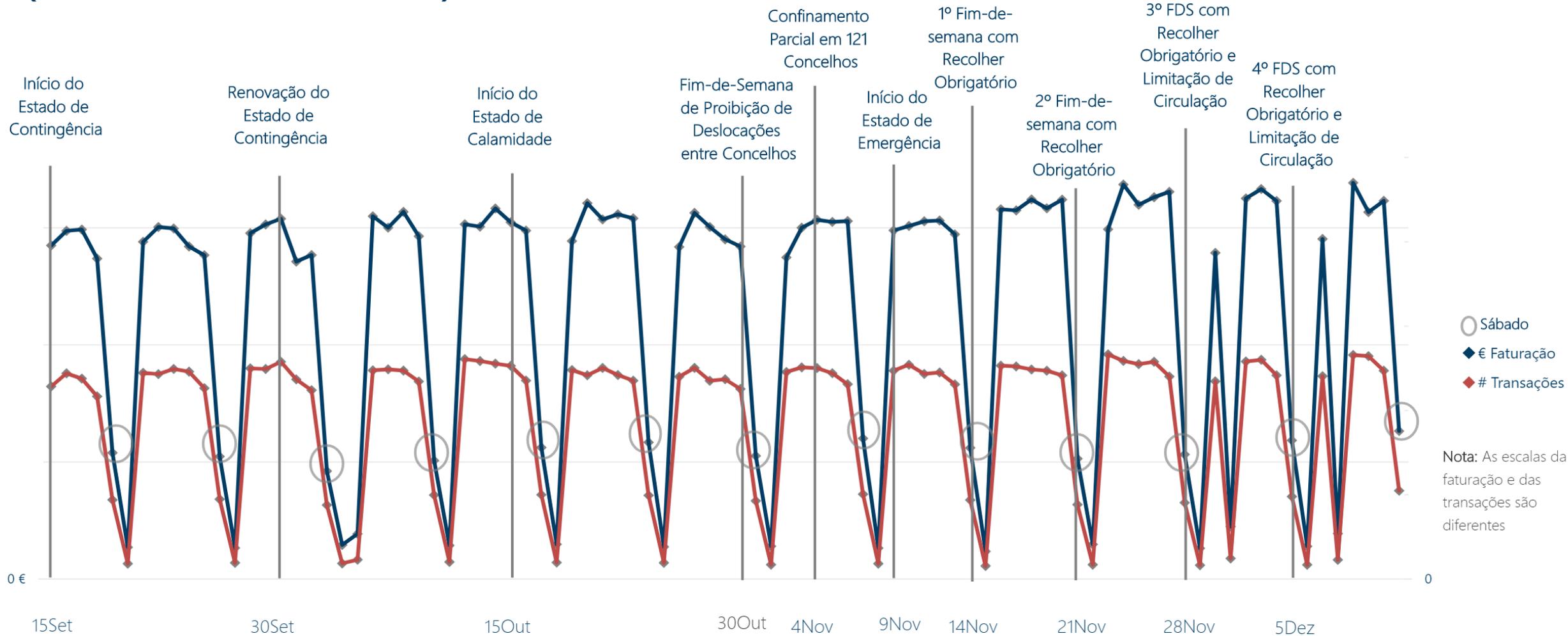
FDS 5-6 Dez vs. FDS 28-29 Nov = - 5,9%

## Zoom In: Variação Homóloga da Faturação, Faturação Média e Pontos de Venda da Saúde 2020/2019



É na categoria da saúde que se continua a verificar dos maiores aumentos do número de pontos de venda no Sistema REDUNIQ, justificando o crescimento de 36% nos valores da faturação total no mês de novembro. Uma análise centrada na evolução da faturação média, mais próxima de uma comparabilidade like-for-like, reflete a performance de um setor que retomou níveis históricos, numa importante normalização da relação das pessoas com hospitais (sobretudo privados nos números da REDUNIQ) em tempos de Pandemia.

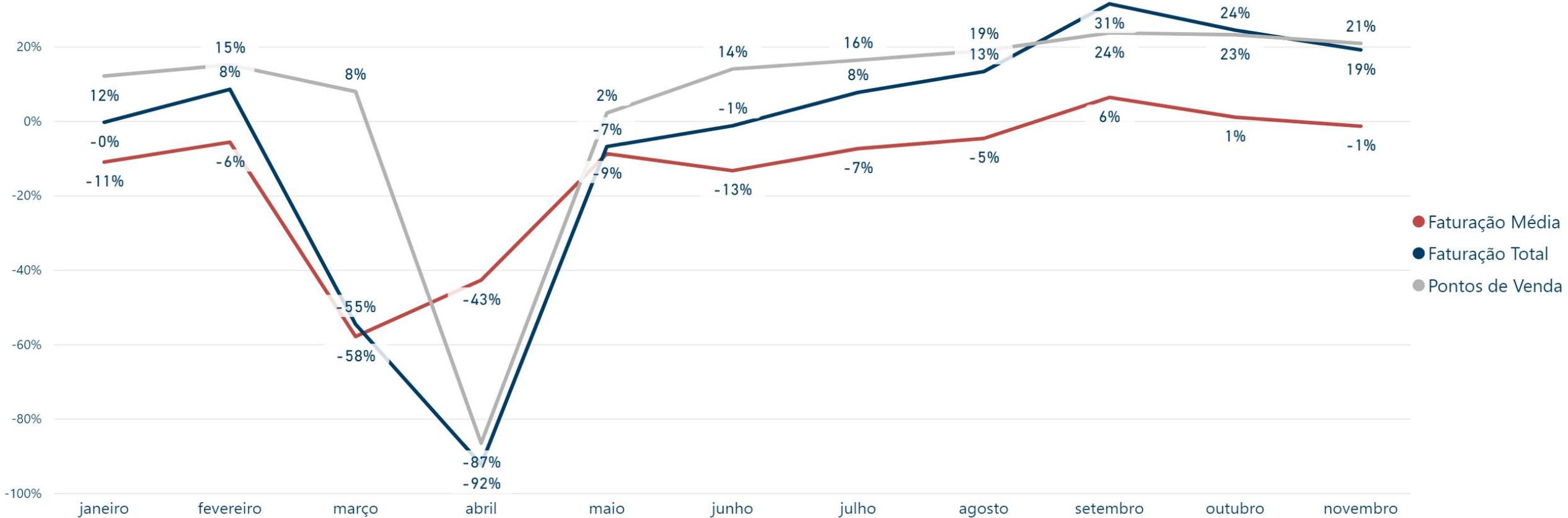
## Zoom In: Evolução Diária da Faturação e Transações da Saúde 2020 (15 Setembro - 12 Dezembro)



Apesar da evolução da pandemia no mês de novembro, o gráfico da evolução diária da atividade dos prestadores de cuidados de saúde revela, de forma clara, a estabilização da atividade. Ao contrário da generalidade dos demais setores analisados, a saúde não “trabalha” (em modo programado) aos sábados durante a tarde e aos domingos, facto que justifica que a sua perda com a obrigatoriedade de recolher obrigatório tenha sido bastante limitada. Já o efeito dos feriados configurou naturalmente uma perda (que não em termos homólogos).

Sem 6-12 Dez vs. Sem 20-26 Set = - 7,7%      FDS 5-6 Dez vs. FDS 7-8 de Nov = - 0,1%      FDS 5-6 Dez vs. FDS 28-29 Nov = + 10,4%

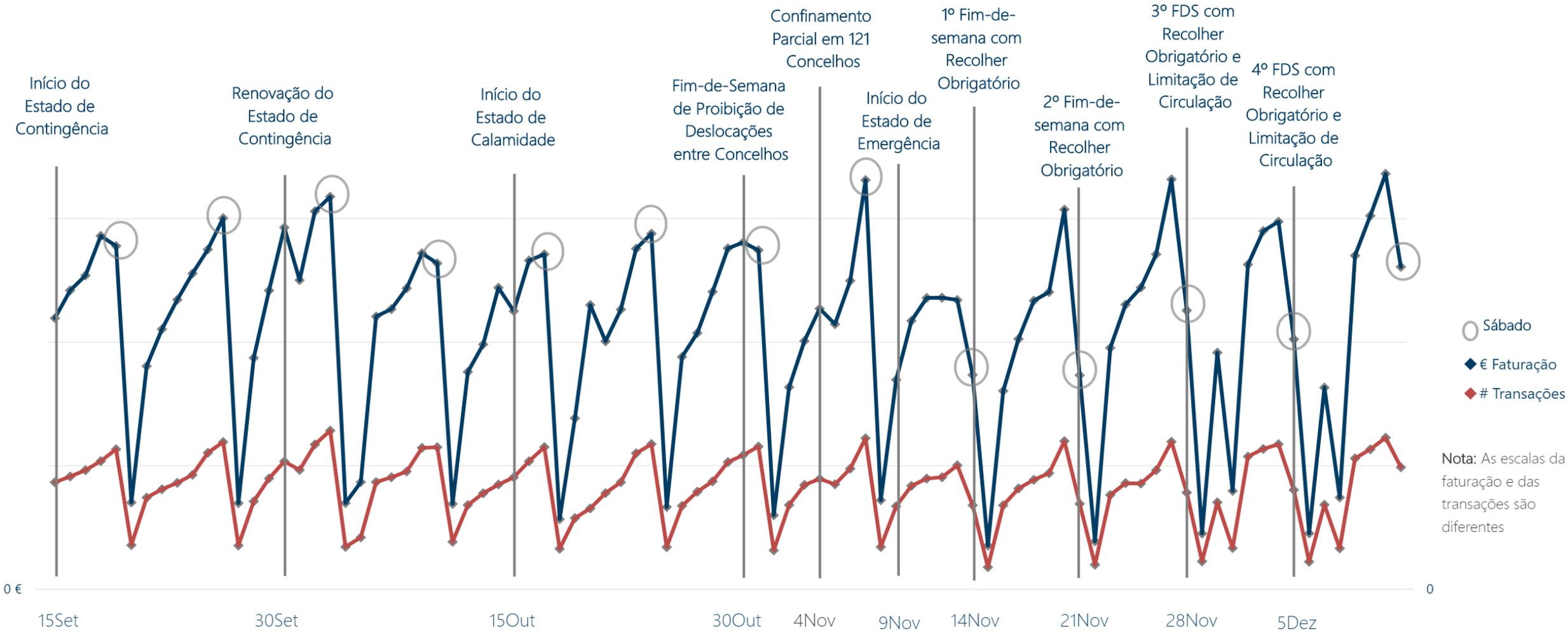
## Zoom In: Variação Homóloga da Faturação, Faturação Média e Pontos de Venda dos Cabeleireiros 2020/2019



● Faturação Média  
● Faturação Total  
● Pontos de Venda

Os cabeleireiros são outro dos setores em que a sua melhor compreensão é obtida com a análise da linha da faturação média por ponto de venda, com base na qual constatamos que os valores homólogos estavam no final de outubro e novembro praticamente atingidos, no que é (era) mais uma evidência da normalização dos quotidianos físicos dos portugueses.

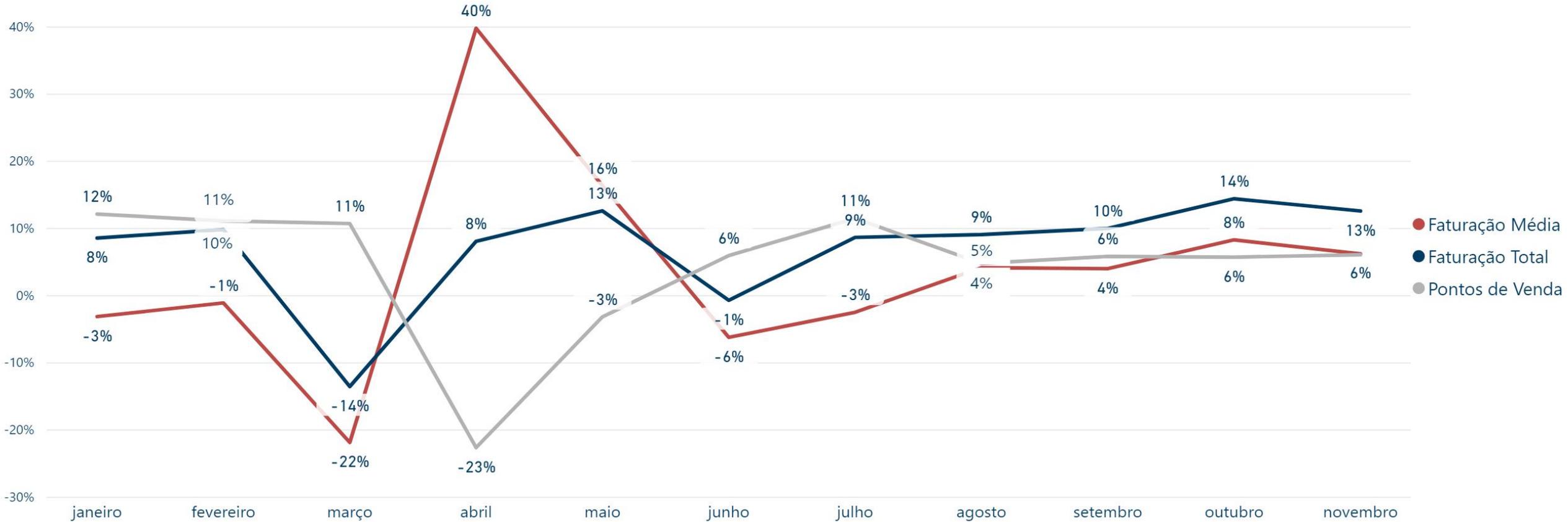
## Zoom In: Evolução Diária da Faturação e Transações dos Cabeleireiros 2020 (15 Setembro - 12 Dezembro)



O gráfico da evolução diária da atividade dos cabeleireiros nos últimos 3 meses reflete o efeito imediato das medidas de recolher obrigatório ao fim-de-semana. O 2º fim-de-semana de recolher obrigatório (21 de novembro) registou quebras de faturação perto dos 50% quando comparado com o 1º fim-de-semana do mês (período em que as medidas ainda não estavam em vigor). Progressivamente, também estes quotidianos excecionais se normalizaram permitindo que a categoria dos cabeleiros esteja a demonstrar resiliência face ao impacto das novas medidas.

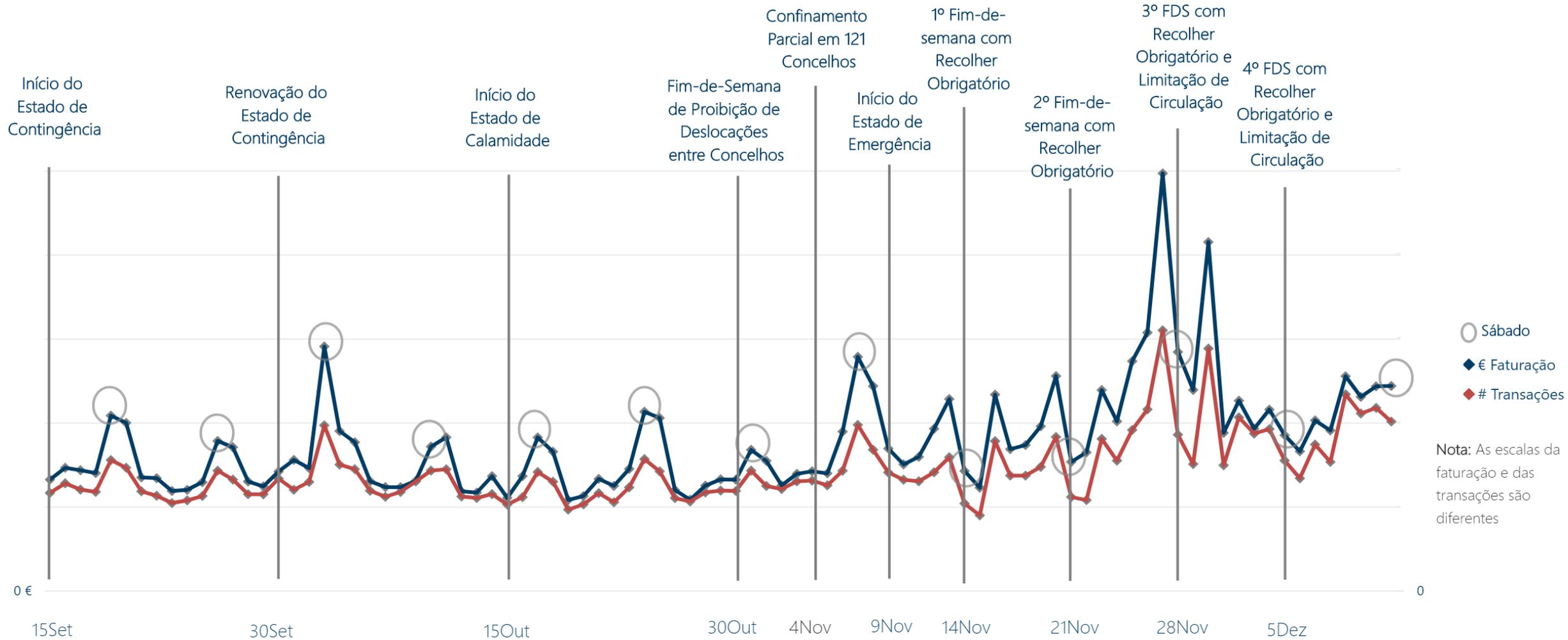
Sem 6-12 Dez vs. Sem 20-26 Set = - 4,9%    FDS 5-6 Dez vs. FDS 7-8 de Nov = - 38,7%    FDS 5-6 Dez vs. FDS 28-29 Nov = - 8,6%

## Zoom In: Variação Homóloga da Faturação, Faturação Média e Pontos de Venda dos Eletrodomésticos&Tecnologia 2020/2019



Os Eletrodomésticos&Tecnologia têm-se afirmado com um dos poucos setores que se podem qualificar como sendo um dos vendedores da crise. Com impressionantes subidas face a 2019 verificadas nos meses de abril e maio, conseguiu desde então manter-se próximo dos valores homólogos, com novos sinais de crescimento dos valores de faturação média no mês de outubro. No mês de novembro – período marcado pela Black Friday – foi possível observar um crescimento da faturação média em 6%.

## Zoom In: Evolução Diária da Faturação e Transações dos Eletrodomésticos & Tecnologia 2020 (15 Setembro - 12 Dezembro)



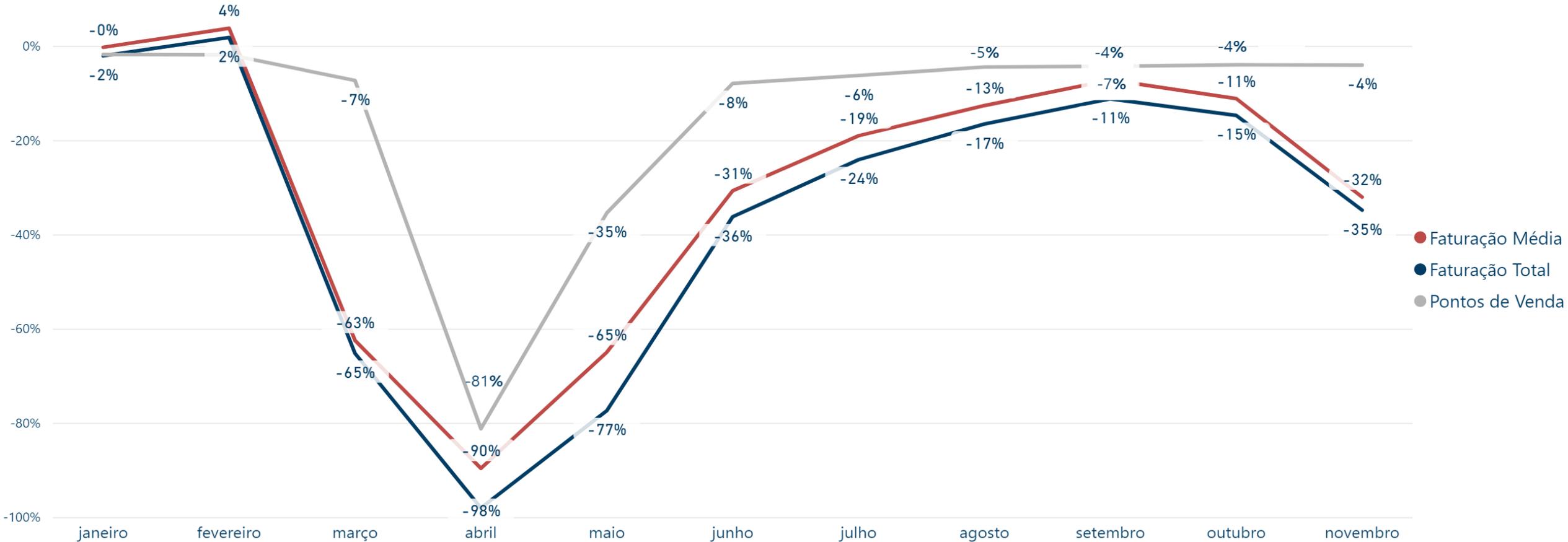
O gráfico da evolução diária da atividade do retalho dos Eletrodomésticos&Tecnologia evidencia o efeito da Black Friday no mês de novembro. Ainda assim, e por comparação ao período homólogo, a Black Friday nesta categoria registou uma quebra de 30% na faturação, ficando distante dos valores observados em 2019. O Pós Novembro promocional, reflete o retomar de níveis de vendas "normais", ainda que com algum crescimento em cadeia (veja-se a comparação dos 2 últimos sábados).

Sem 6-12 Dez vs. Sem 20-26 Set = + 51,1%

FDS 5-6 Dez vs. FDS 7-8 de Nov = - 32,8%

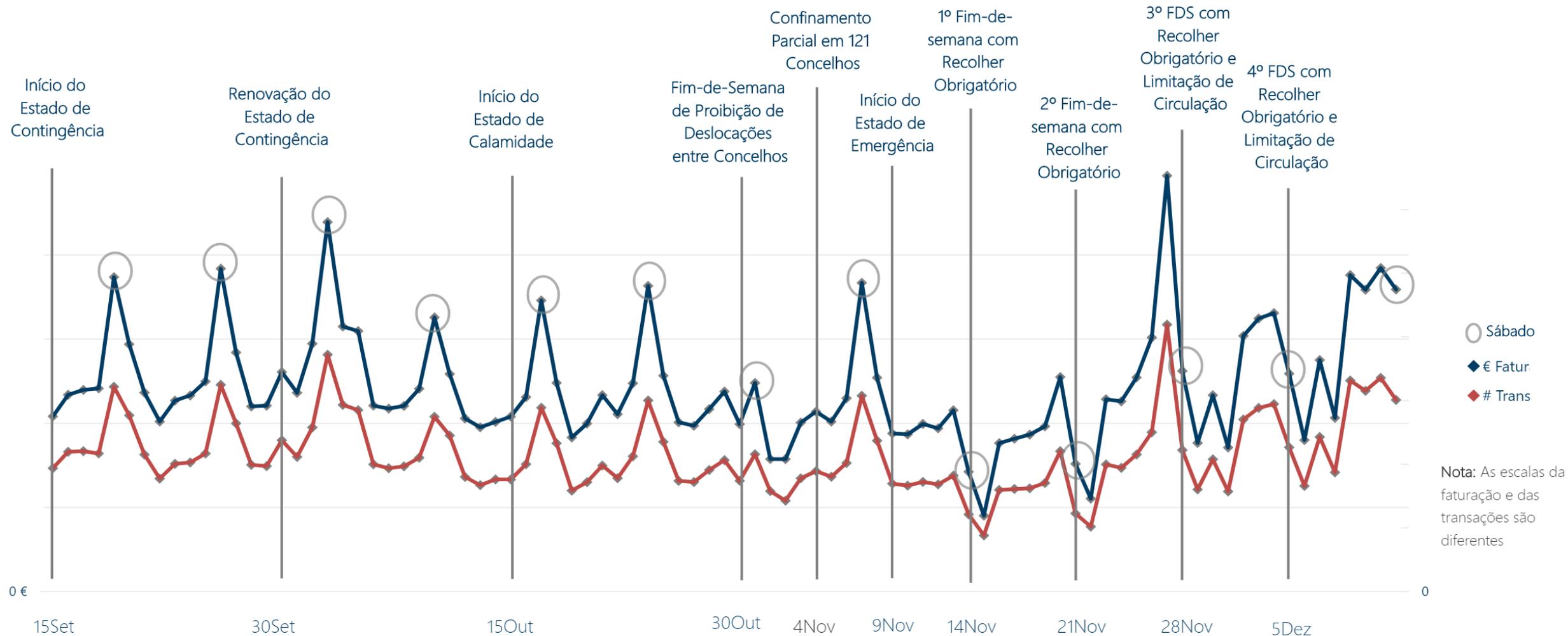
FDS 5-6 Dez vs. FDS 28-29 Nov = - 33,0%

## Zoom In: Variação Homóloga da Faturação, Faturação Média e Pontos de Venda da Moda 2020/2019



A moda em novembro (mês marcado pelo início de um novo Estado de Emergência e novas medidas de recolher obrigatório aos fins-de-semana), verificou quebras acima dos 30% quer na faturação total, quer na faturação média. Sendo esta, também nas últimas semanas, uma das categorias mais atingidas, com quebras na faturação semelhantes às verificadas no mês de junho.

## Zoom In: Evolução Diária da Faturação e Transações da Moda 2020 (15 Setembro - 12 Dezembro)



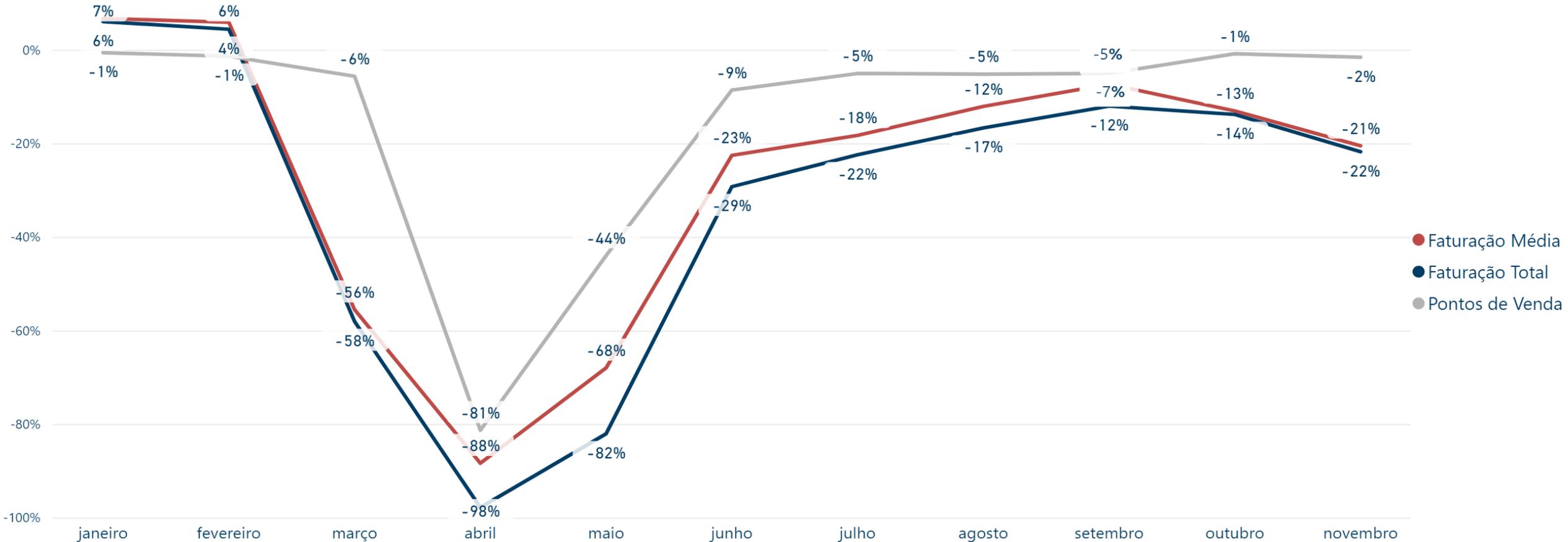
Vítima do estigma de “centro comercial” como espaço perigoso (e da revisão dos horários destes), a moda, que também ela beneficiou de um pico (promocional) no arranque de novembro, teve, com o regresso ao Estado de Emergência, uma acentuada quebra. Foi no fim-de-semana da Black Friday que se verificou um aumento dos níveis de faturação – com um crescimento próximo dos 70% face ao fim-de-semana anterior (21 de novembro). A Black Friday parece ter alicerçado uma nova tendência de recuperação da categoria (expectável em contexto de Natal).

Sem 6-12 Dez vs. Sem 20-26 Set = + 17,2%

FDS 5-6 Dez vs. FDS 7-8 de Nov = - 29,4%

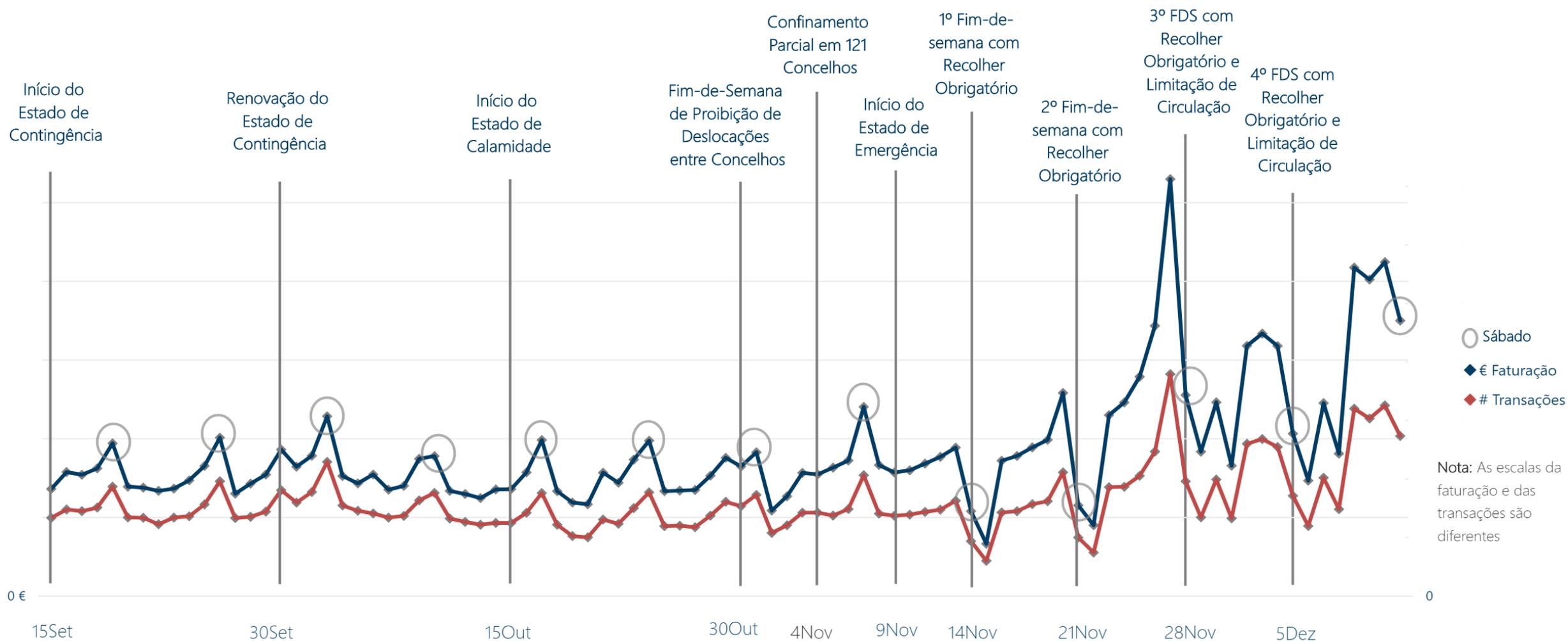
FDS 5-6 Dez vs. FDS 28-29 Nov = + 0,02%

## Zoom In: Variação Homóloga da Faturação, Faturação Média e Pontos de Venda das Perfumarias e Cosmética 2020/2019



A realidade das perfumarias é em termos de tendências muito similar à da moda (com uma performance ligeiramente melhor) – ambas são categorias de consumo discricionário e ambas estão profundamente alicerçadas em centros comerciais.

## Zoom In: Evolução Diária da Faturação e Transações das Perfumarias e Cosmética 2020 (15 Setembro - 12 Dezembro)



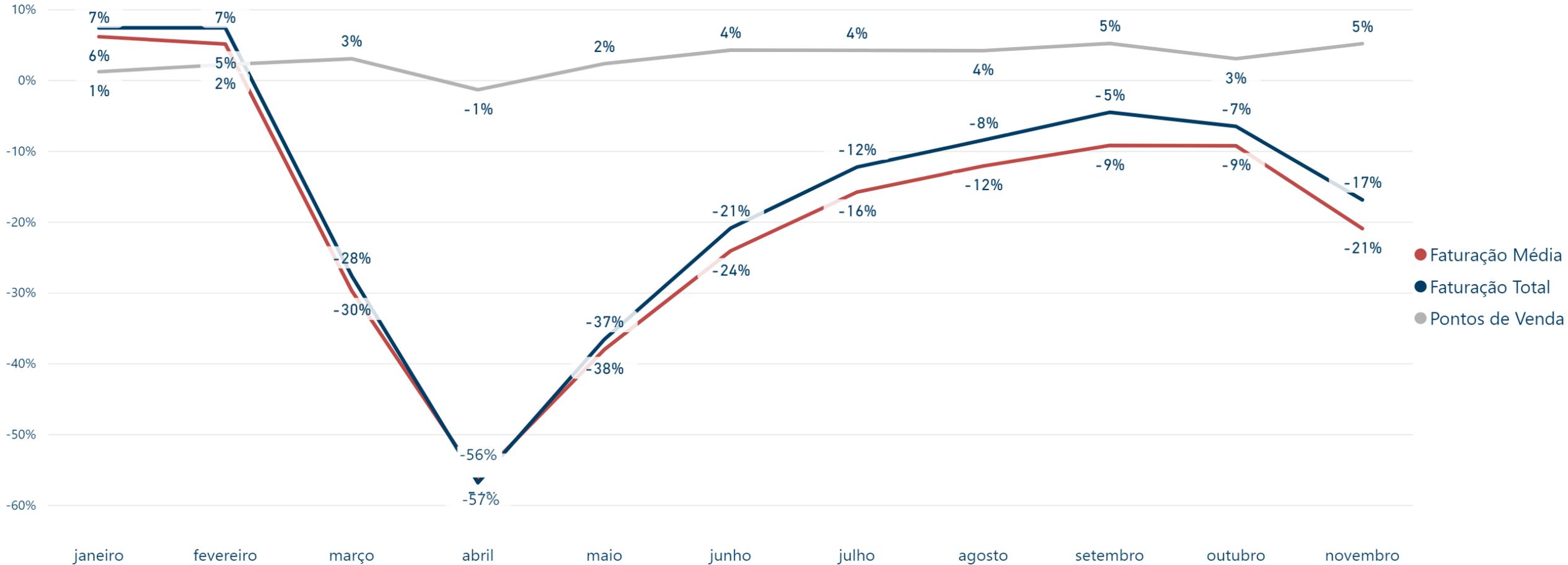
A análise diária revela tendências em tudo idênticas às que se acabaram de descrever para a Moda.

Sem 6-12 Dez vs. Sem 20-26 Set = +104,7%

FDS 5-6 Dez vs. FDS 7-8 de Nov = - 13,3%

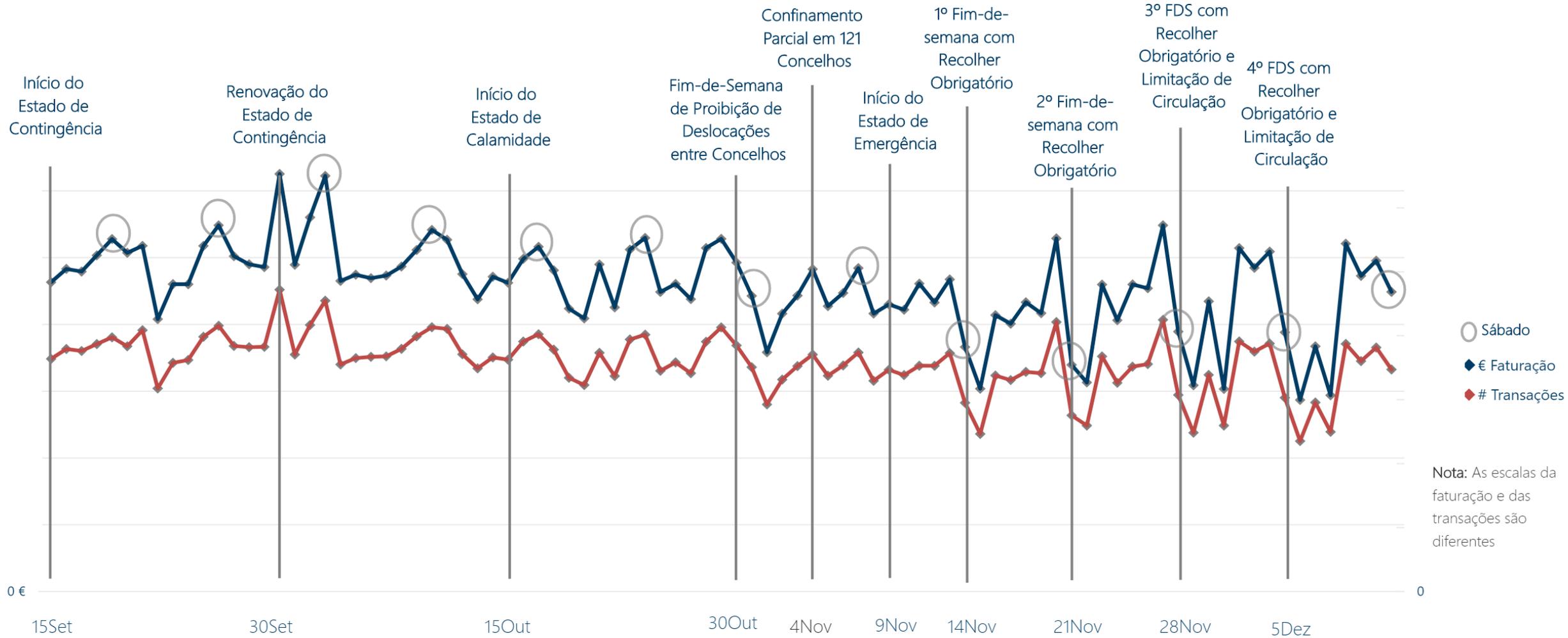
FDS 5-6 Dez vs. FDS 28-29 Nov = - 19,6%

## Zoom In: Variação Homóloga da Faturação, Faturação Média e Pontos de Venda das Gasoleneiras 2020/2019



A performance das gasoleneiras é um dos mais interessantes indicadores da normalização da economia e dos quotidianos dos consumidores e empresas portuguesas. O mês de novembro, marcado por novas medidas de confinamento ao fim-de-semana, fez reduzir o consumo desta categoria – com quebras na faturação total de 17% face ao período homólogo.

## Zoom In: Evolução Diária da Faturação e Transações das Gasolineiras 2020 (15 Setembro - 12 Dezembro)



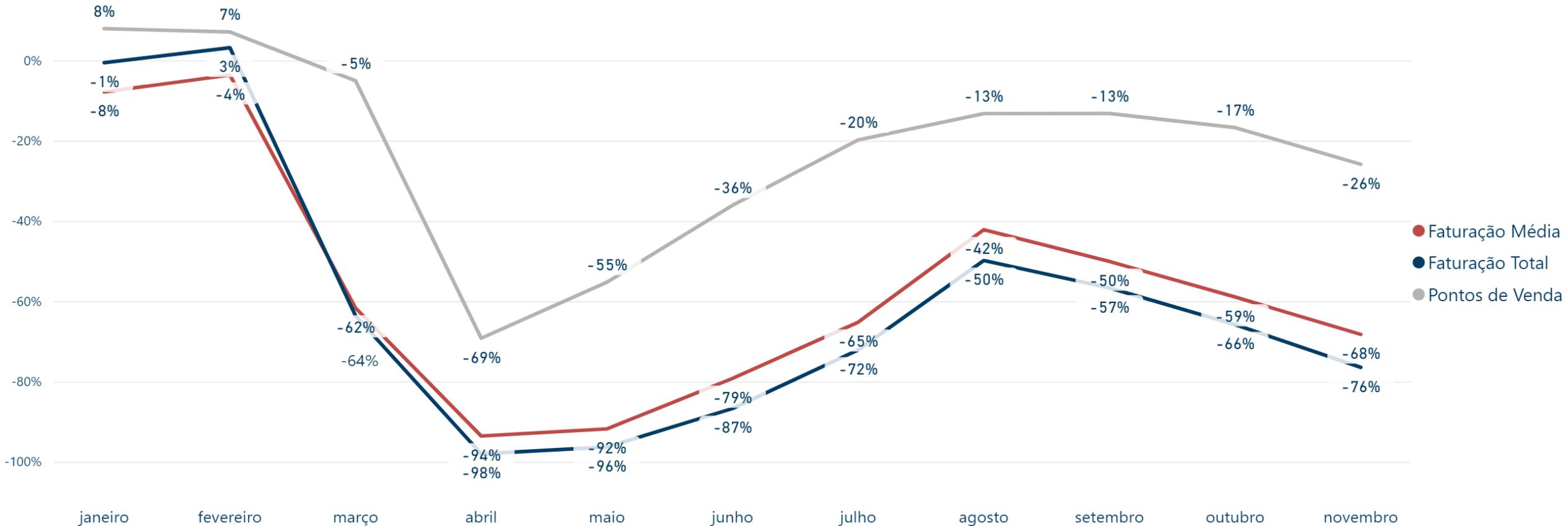
O mês de novembro foi marcado por uma retração no consumo de combustíveis, reflexo das medidas obrigatórias aos fins-de-semana, como a proibição da circulação entre concelhos e o recolher obrigatório nas tardes de sábado e domingo nas áreas mais atingidas pela pandemia. Dezembro, apesar da manutenção das limitações de circulação entre concelhos nos feriados de 1 e de 8 começa a pautar alguma recuperação.

Sem 6-12 Dez vs. Sem 20-26 Set = - 15,6%

FDS 5-6 Dez vs. FDS 7-8 de Nov = - 25,1%

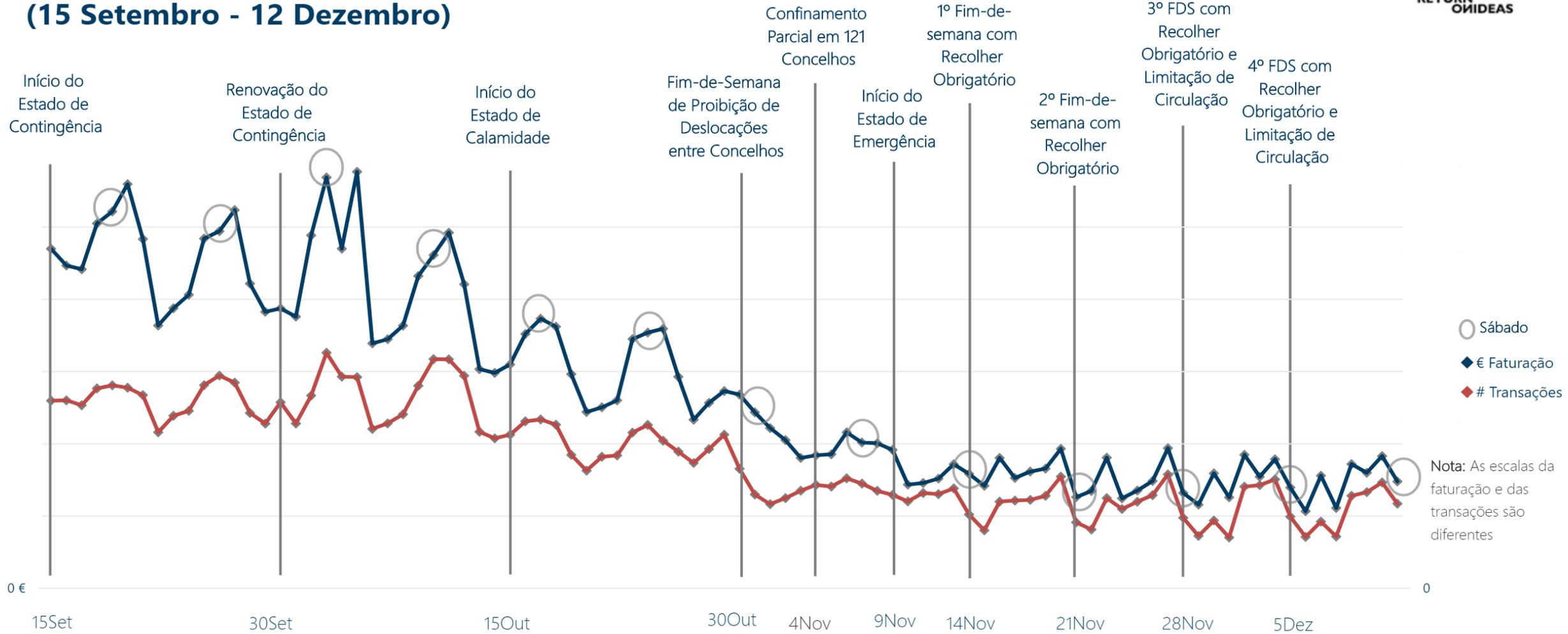
FDS 5-6 Dez vs. FDS 28-29 Nov = - 3,3%

## Zoom In: Variação Homóloga da Faturação, Faturação Média e Pontos de Venda da Hotelaria e Atividades Turísticas 2020/2019



O setor da Hotelaria e Atividades Turísticas é, de todos os acompanhados pelo REDUNIQ Insights, aquele que atravessou e atravessa a maior crise, com quebras face ao homólogo superiores a 75%, tendência que continua a agravar-se. Depois de um mês de agosto menos negativo para o setor, os meses que se seguiram, com a ausência de turismo internacional, levaram ao regresso do deteriorar expressivo da performance do setor.

## Zoom In: Evolução Diária da Faturação e Transações da Hotelaria e Atividades Turísticas 2020 (15 Setembro - 12 Dezembro)



O início do período de Estado de Emergência marcou uma redução dos níveis de faturação no mês de novembro neste setor, que se manteve no arranque de dezembro.

Sem 6-12 Dez vs. Sem 20-26 Set = - 67,5%

FDS 5-6 Dez vs. FDS 7-8 de Nov = - 39,0%

FDS 5-6 Dez vs. FDS 28-29 Nov = - 0,6%

## Zoom in: Variação Homóloga da Faturação Total na Black Friday

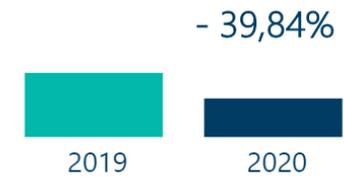
Eletrodomésticos & Tecnologia



Moda



Perfumarias

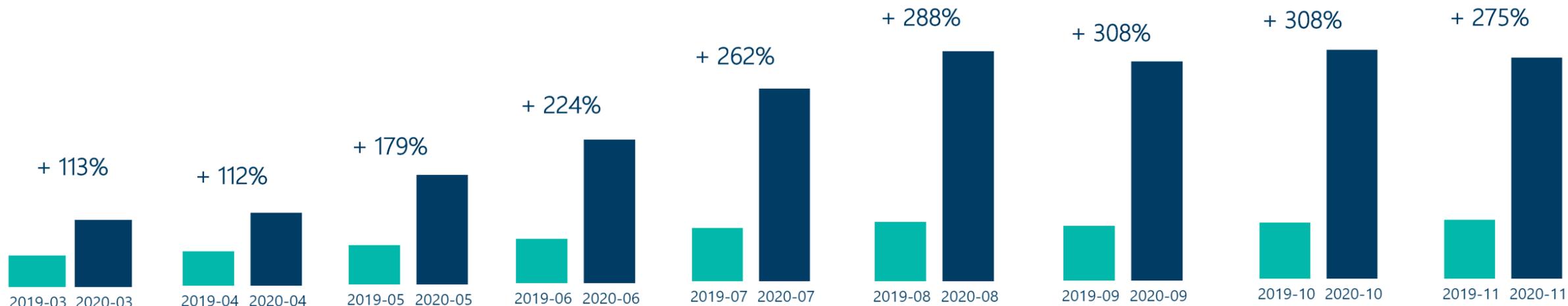


Apesar do pico de consumo em algumas categorias na última sexta-feira do mês de novembro (fruto de campanhas promocionais da Black Friday), a verdade é que quando comparado com o período homólogo a quebra da faturação é notória. O setor da moda foi um dos mais atingidos, tendo a Black Friday de 2020 registado quebras próximas de 50% face ao mesmo período de 2019.

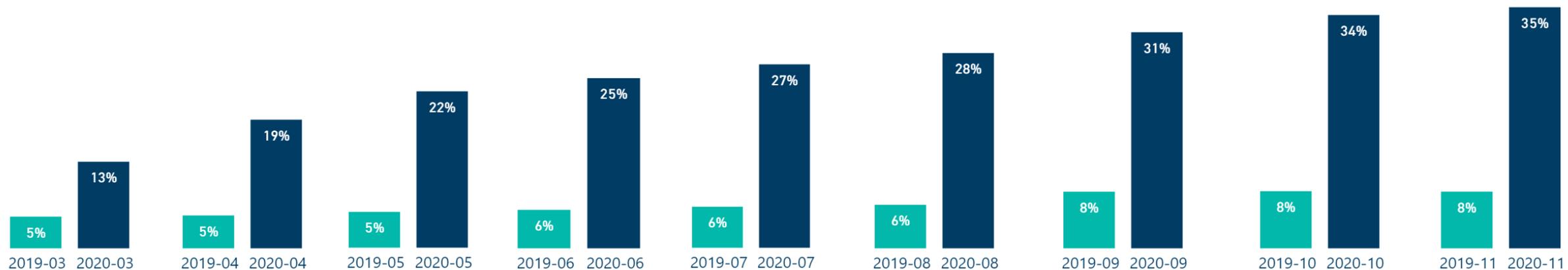


## Faturação Contactless - Evolução Homóloga 2020/2019

Evolução da Faturação Contactless Mensal - 2020 vs. 2019



Peso da Faturação Contactless no Total da Faturação - 2020 vs. 2019



O rápido crescimento de 2020 é sintomático da democratização da utilização do contactless – em 9 meses, desde março, o peso do contactless no total dos pagamentos quase que triplicou, representando em novembro 35% do total da faturação (um aumento de 4x face ao período homólogo de 2019)

**Obrigado.**

**REDUNIQ**  
INSIGHTS

Av. António Augusto de Aguiar, 122  
1050-019 Lisboa - Portugal  
(+351) 213 509 500

REDUNIQ.pt

crm-ru@unicre.pt

**RETURN**  
ON IDEAS

Rua Luciano Cordeiro, 123 - 5ºD  
1050-139 Lisboa - Portugal  
(+351) 213 555 181

ROI.pt

contacto@roi.pt