

**REDUNIQ**<sup>®</sup>

Enhanced  
Payment Experience

# O SISTEMA DE RETALHO

APÓS A ENTRADA NO  
2º CONFINAMENTO GERAL

10 DE FEVEREIRO 2020

VISA

VISA  
Electron



MasterCard  
SecureCode

VERIFIED  
by VISA



# INTRODUÇÃO



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.



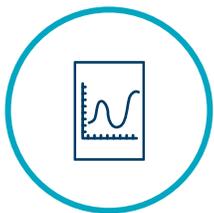
No 11º Relatório REDUNIQ Insights, o 1º de 2021, com dados até dia 31 de Janeiro, **propomo-nos apresentar uma fotografia quase em tempo real dos efeitos do 2º Confinamento Geral decretado em 13 de Janeiro e em vigor a partir de dia 15.**



Sendo este um 2º Confinamento, decretado depois vivermos em Estado de Emergência desde Novembro, propusemo-nos não apenas **analisá-lo como continuidade da performance do sistema desde o T4 de 2020**, como, também, **compará-lo** com os impactos observados em Março e Abril de 2020 aquando do 1º Confinamento Geral.

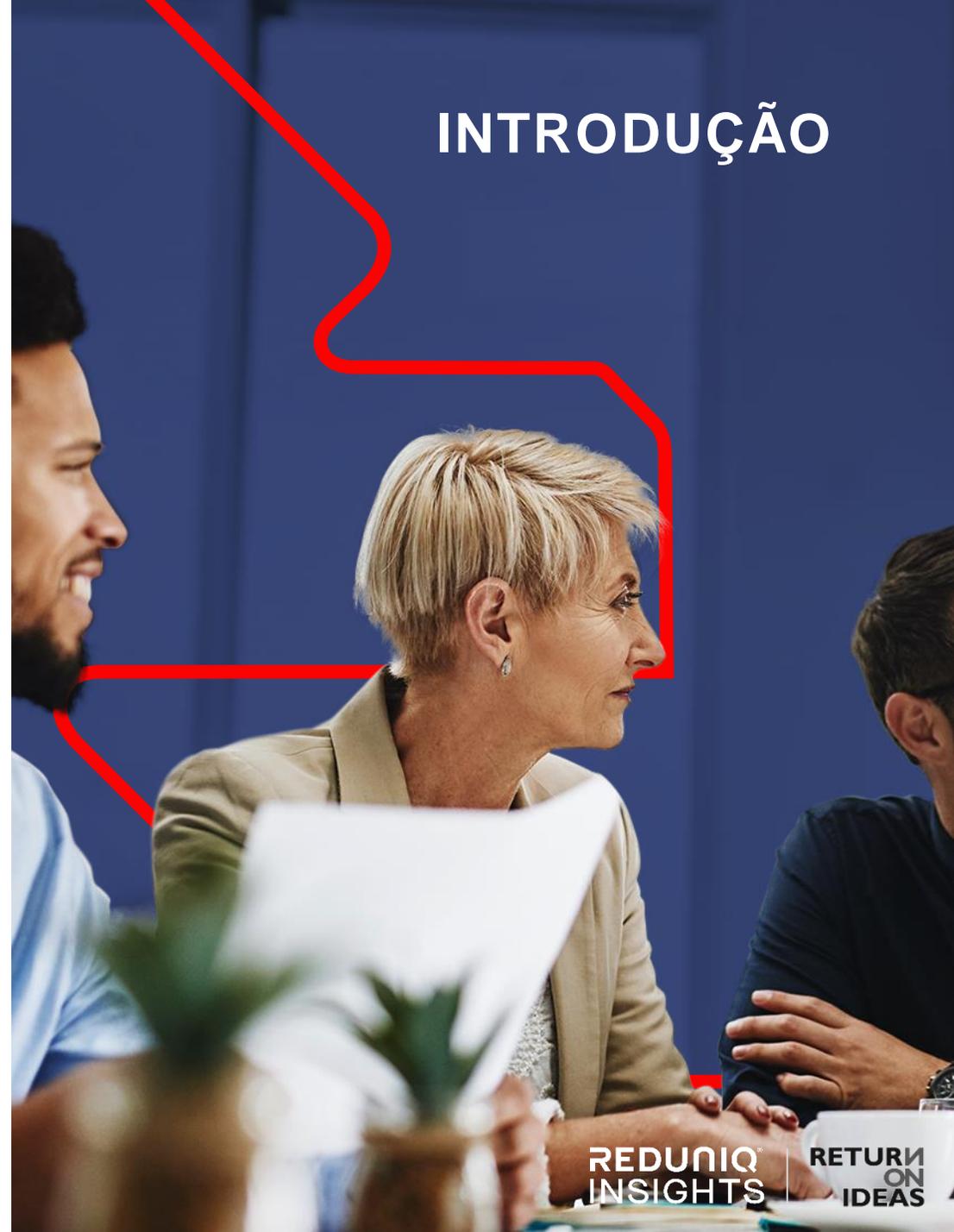


Para isso, **estabelecemos um benchmark de 3 semanas de confinamento**, tendo definido como "base 100" para novas análises a semana de 3 a 9 de Janeiro de 2021 e como "base 100" do primeiro confinamento a semana de 8 a 14 de Março de 2020.



Realçamos que **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 faturação decorrente da entrada de novos pontos de venda no Sistema REDUNIQ é relativamente baixo no global.

# INTRODUÇÃO





## AGENDA

**01**

**O ano  
de 2020  
em síntese**

**02**

**O ano  
de 2021  
A realidade  
de janeiro**

**03**

**Os confinamentos  
comparados  
Março 2020 vs.  
janeiro 2021**

**04**

**Zoom ins  
A performance das  
categorias (dezembro  
2020 - janeiro 2021)**



## KEY INSIGHTS

### O FIM DE 2020

Depois de um mês de Novembro de 2020, pautado pelo decretar do “Estado de Emergência”, em que se inverteu a tendência de recuperação do Retalho que se observava desde Julho, o mês de Dezembro (com a “liberdade” no Natal) configurou-se como o mês como menor quebra homóloga desde o advento da Pandemia (apenas -5% face a 2019).

A performance de dezembro de 2020 foi tão mais interessante quanto no caso da faturação nacional se observou um crescimento de 2% face a 2019 (por comparação com uma quebra de 49% na faturação estrangeira).

### 2021 e o Decretar de um Novo Confinamento Geral

O arranque no mês de Janeiro de 2021 mantinha os níveis homólogos de recuperação de Dezembro.

Esta tendência (observada em Dezembro e na 1ª quinzena de Janeiro) é particularmente digna de referência porque refletiu comportamentos quase normalizados de consumo num momento em que os números da Pandemia se estavam a agravar de forma radical, com uma declarada entrada numa muito dura 3ª Vaga. Os riscos sanitários não se configuraram como limitantes do “espírito natalício”.

A realidade mudou, naturalmente, com o decretar do Confinamento Geral Obrigatório. Tendo como referência base 100 a semana de 3 a 9 de Janeiro, 3 semanas depois a quebra observada no sistema era de 30% (ainda assim significativamente menor do que teve lugar ao fim das 3 primeiras semanas do Confinamento de Março de 2020 que na altura ascendeu a 44%).

Este 2º Confinamento Geral apresenta características distintas do de há 10 meses. As categorias “fechadas” por decreto são menos. Os comportamentos dos consumidores estruturalmente distintos, porque mais habituados a viver num Mundo COVID e capacitados a defender alguma continuidade dos seus quotidianos.

Quer a quebra, bastante menos incisiva do consumo, quer a ausência de “corridas” ao abastecimento, são, objetivamente, sintomas de uma sociedade que já “tem experiência” no coabitar com o COVID e os seus riscos sanitários (mesmo num momento de números terríveis da Pandemia).

## KEY INSIGHTS

Os Portugueses partem para este novo Confinamento com uma diversificação de canais mais testada e consolidada, entre os formatos físicos que prevalecem abertos e as soluções de e-commerce e home-delivery a que podem aceder.

Em termos gerais, os números refletem também um menor confinamento. Subsistem hoje (vs. Março de 2020) mais portugueses com os seus quotidianos de trabalho ainda assim relativamente normalizados.

A menor quebra de consumo (face ao 1º Confinamento), observa-se de forma clara, em categorias como a saúde (que com 3 semanas de confinamento em 2020 tinha quebrado a faturação em 81% e que, agora, quebra apenas 7%) ou as gasolineiras (51% vs. 27%).

Também a Restauração e os Cafés, hoje em grande escala adaptada a um mundo de Delivery e Takeaway apresenta números de quebra significativamente menores (83% vs. 60%).

Moda, Perfumarias e Cabeleireiros quebraram, neste 2º Confinamento, de forma tão ou mais radical porque, novamente, foram obrigadas a fechar os seus pontos de venda físicos.

Eletrónica (Eletrodomésticos & Tecnologia), agora que as famílias e as empresas estão infraestruturadas para modelos de teletrabalho e ensino remoto e que as casas estão equipadas para serem o palco permanente das vidas quotidianas, não tiveram o pico de vendas experimentado em Março e Abril (pelo contrário verifica-se uma quebra de faturação de cerca de 20%).

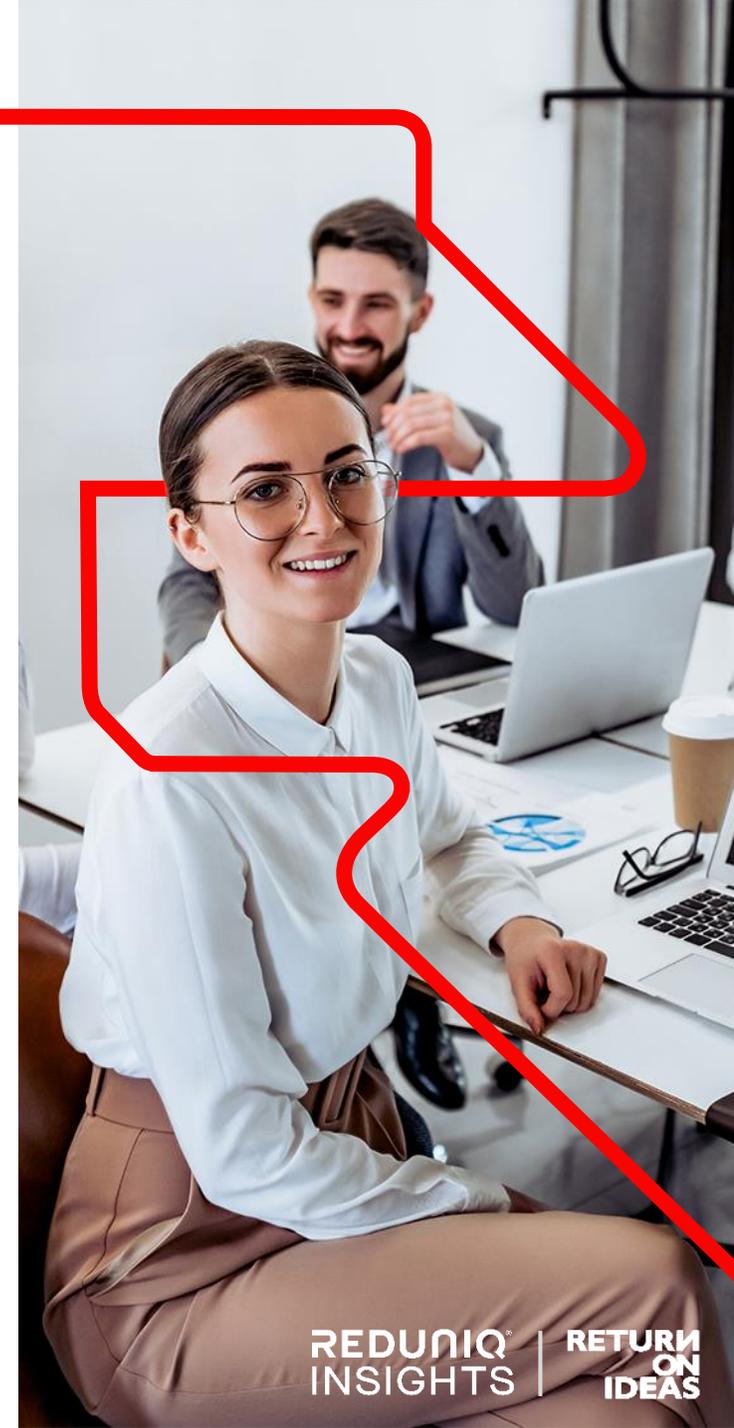
**Retalho Alimentar (Hipers & Tradicional)** não tiveram os picos observados no ano passado, justamente porque o acesso é percebido como “de menor risco” e porque as rotinas de abastecimento individuais estão, no presente, perfeitamente consolidadas.

### **Uma grande mudança de comportamentos de Consumidor**

Limitados nos seus fins de semana desde meados de Novembro (em grande parte do país com recolheres obrigatórios a partir das 13h 00) e, desde há 3 semanas “obrigatoriamente” confinados, os portugueses recriaram os seus “quotidianos de consumo”.

O fim de semana, que historicamente congregava uma parte muito relevante do consumo das famílias viu o seu peso diminuído, tendo as 6ª feiras emergido como o dia da semana de maior faturação, de forma relativamente transversal a todas as categorias.

O fim de semana é mais “caseiro” e menos “consumista”.



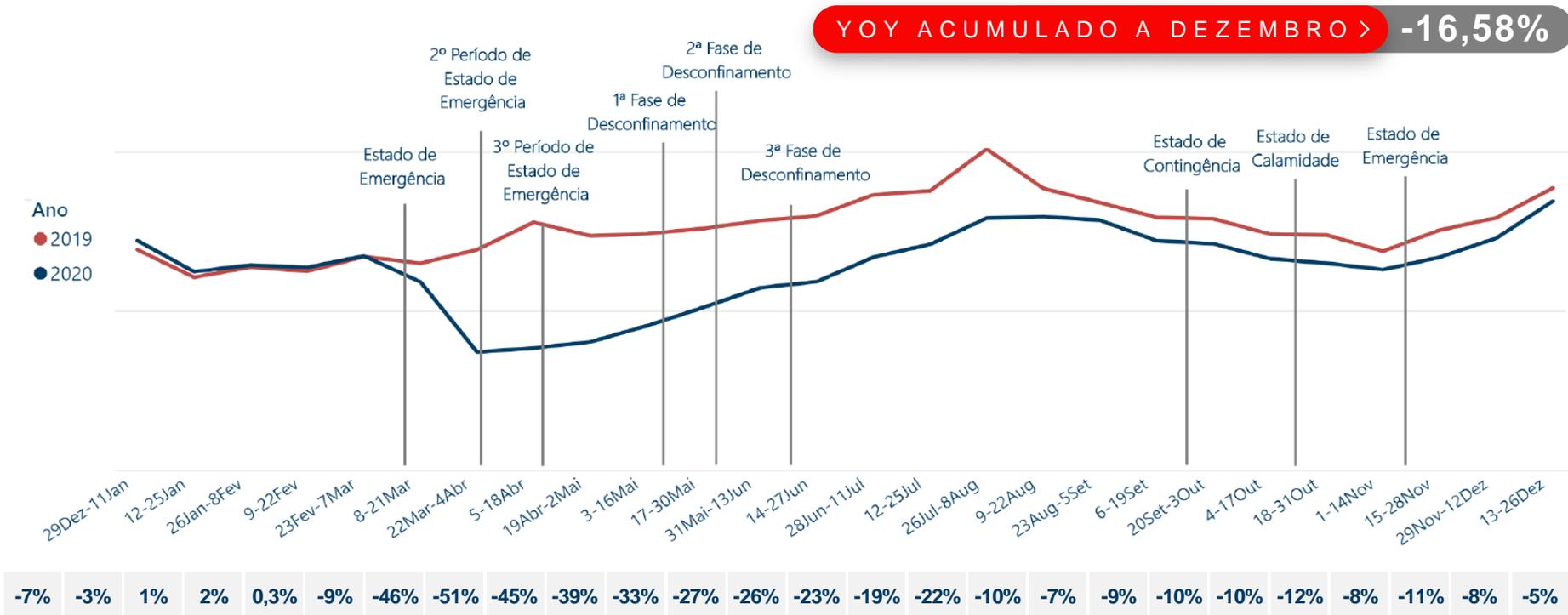
01

# O ANO 2020 EM SÍNTESE

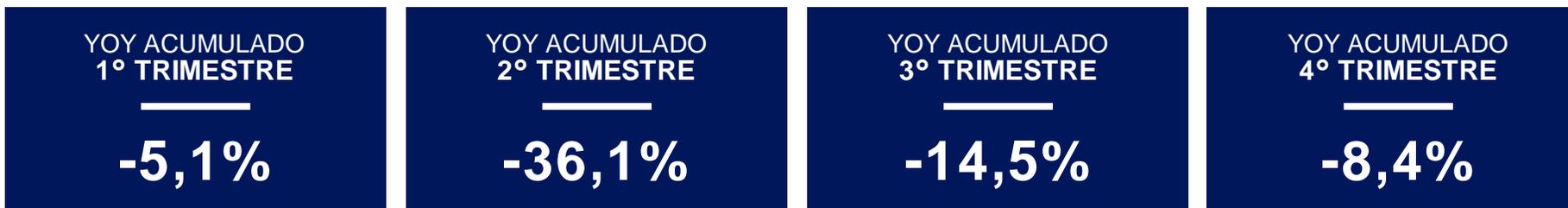
FATURAÇÃO



# EVOLUÇÃO DA FATURAÇÃO 2020/2019 (FATURAÇÃO POR QUINZENAS)



## VARIAÇÃO HOMÓLOGA

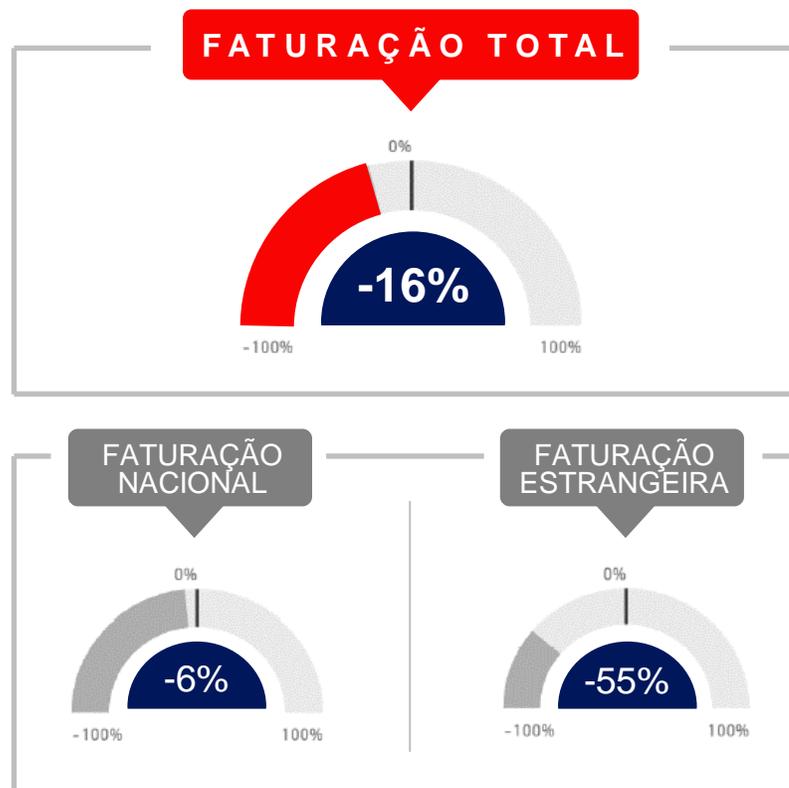


O ano de 2020, acaba com uma **quebra de faturação de quase 17%** face a 2019, fruto de um 1º Trimestre com uma redução de 5% (em face do Confinamento em meados de Março), de uma brutal quebra de 36% no trimestre seguinte, a que se seguiram 2 trimestres, com quebras menores, mas igualmente expressivas – 15% e 8%. O mês de Dezembro, foi o melhor mês pós Pandemia, apenas 5% abaixo do homólogo de 2019 (na verdade, com um crescimento de 2% no caso dos cartões portugueses)

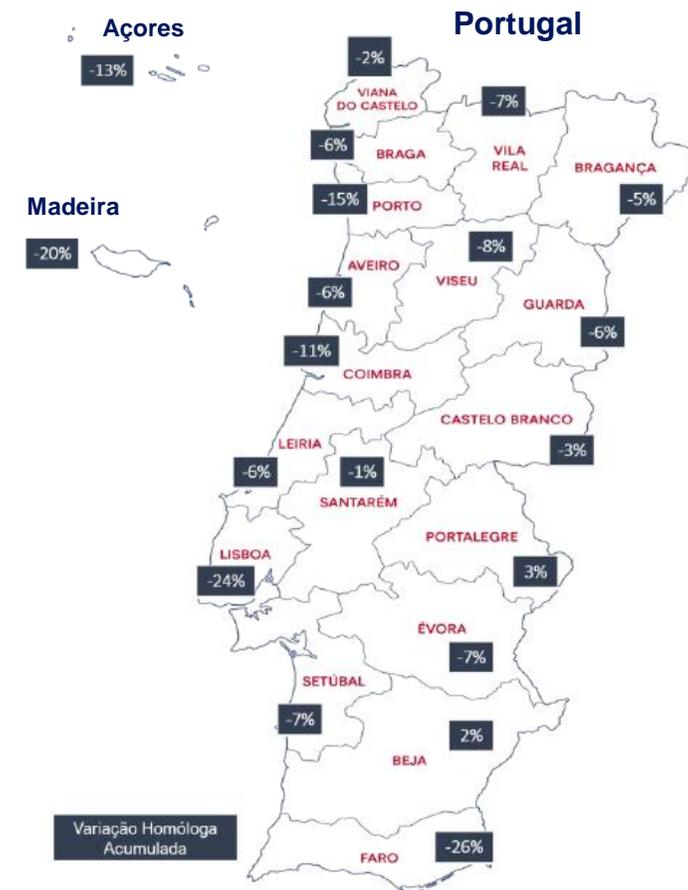
# RESUMO DO ANO 2020 VARIACÃO HOMÓLOGA DA FATURAÇÃO ACUMULADA

## VARIACÃO HOMÓLOGA DA FATURAÇÃO POR CATEGORIA

Farmácias	56%
Retalho Alimentar Tradicional	41%
Eletrrodomésticos&Tecnologia	8%
Saúde	4%
Acessórios de Automóveis e Oficinas	3%
Hipers&Supers	1%
Cabeleireiros	-2%
Gasolineiras	-16%
Papelarias, Livrarias, Revistas e Tabaco	-17%
Restauração	-26%
Perfumarias	-28%
Moda	-33%
Hotelaria e Atividades Turísticas	-65%
<b>Total Nacional</b>	<b>-16%</b>



## VARIACÃO HOMÓLOGA DA FATURAÇÃO POR DISTRITO



A Pandemia despoletou uma crise estruturalmente assimétrica. São evidentes as **diferenças de performance entre categorias**. São igualmente evidentes as disparidades regionais, com as regiões turísticas a observar quebras de 2 dígitos – em vários casos acima dos 20%. Como factor explicativo de grande parte destas diferenças de performance (categoria e distrito) está o facto de a Pandemia ter ditado o colapso do Turismo (a faturação de cartões estrangeiros caiu 55% em 2020, contra apenas 6% no caso dos Portugueses).

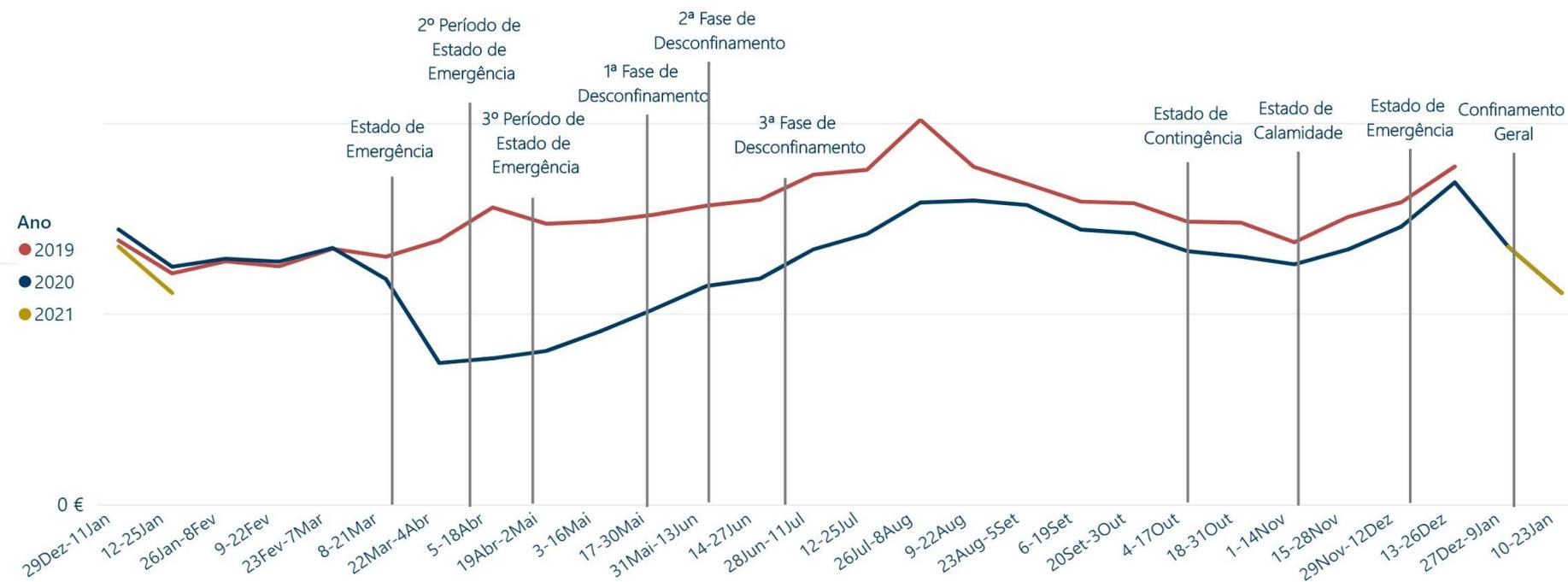
02

# ANO 2021 A REALIDADE DE JANEIRO

FATURAÇÃO  
TRANSAÇÕES



# EVOLUÇÃO DA FATURAÇÃO TOTAL 2021/2020/2019 (FATURAÇÃO POR QUINZENAS)

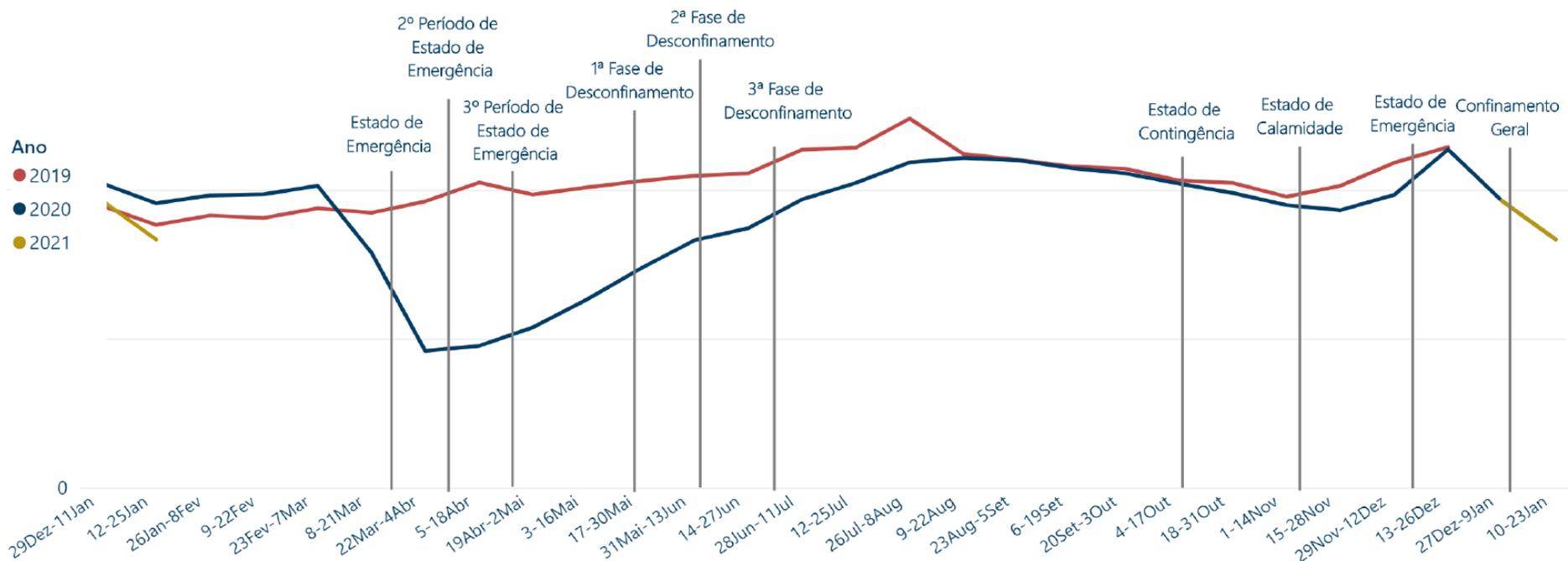


Faturação Var Homologa	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Mai	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Janeiro 2021
Total	2%	7%	-22%	-46%	-36%	-27%	-19%	-14%	-10%	-9%	-12%	-5%	-15%
Nacional	1%	5%	-17%	-35%	-22%	-12%	-3%	1%	3%	4%	-3%	2%	-6%
Estrangeira	9%	16%	-47%	-88%	-86%	-81%	-64%	-47%	-50%	-55%	-59%	-49%	-64%



**Janeiro de 2021 começou ligeiramente abaixo da realidade de 2019 e 2020.** O Novo Confinamento geral determinou a **reentrada nas “quebras acentuadas”** (-15% face ao homólogo, ainda assim, um valor inferior aos observados em Março de 2020, também com meio mês de Confinamento obrigatório).

# EVOLUÇÃO DO NÚMERO TOTAL DE TRANSAÇÕES 2021/2020/2019 (FATURANÇA POR QUINZENAS)

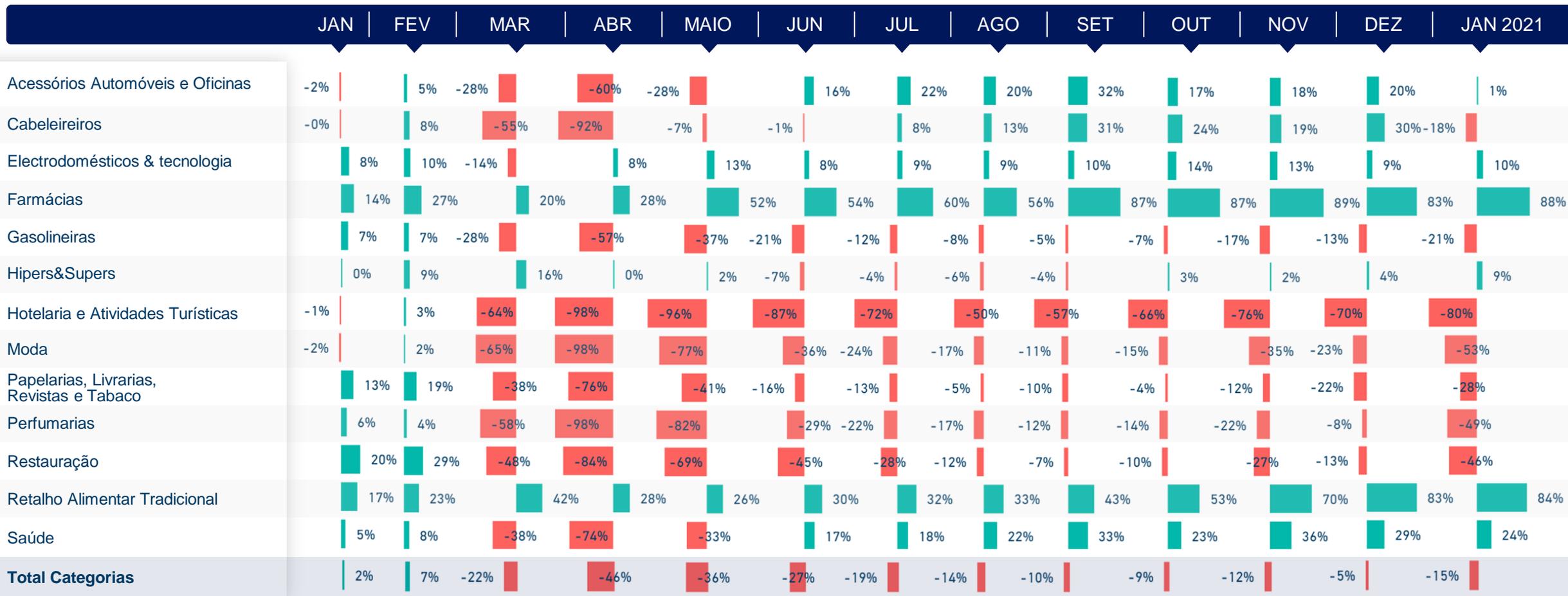


Transações Var Homologa	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Mai	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Janeiro 2021
Total	7%	13%	-23%	-48%	-34%	-20%	-11%	-5%	-1%	-1%	-8%	-4%	-16%
Nacional	6%	11%	-22%	-42%	-25%	-10%	0%	5%	6%	7%	-2%	1%	-10%
Estrangeira	20%	29%	-39%	-88%	-85%	-78%	-59%	-42%	-42%	-47%	-56%	-49%	-62%



A realidade na óptica do número de transações é em tudo idêntica à da Faturação, com uma quebra em janeiro de mais 1p.p.: -16% face ao homólogo de 2020

# EVOLUÇÃO DA FATURAÇÃO TOTAL 2021/2020/2019 POR CATEGORIA (VARIAÇÕES HOMÓLOGAS)



**A entrada em Confinamento ditou o adensar da crise das categorias que mais haviam sofrido em 2020** (apesar de alguma recuperação do último trimestre). A assimetria de performances voltou a acentuar-se. Adiante no relatório, analisa-se em detalhe o impacto do Novo Confinamento na performance de cada uma das categorias.

# EVOLUÇÃO DA FATURAÇÃO TOTAL 2021/2020/2019 POR DISTRITOS (VARIAÇÕES HOMÓLOGAS)

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	JAN 2021
Açores	7%	20%	-19%	-47%	-37%	-33%	-30%	-21%	-8%	6%	18%	24%	13%
Aveiro	6%	8%	-13%	-29%	-17%	-10%	-3%	-2%	1%	3%	-9%	-4%	-7%
Beja	1%	10%	-4%	-27%	-13%	-4%	-1%	-0%	7%	15%	14%	21%	17%
Braga	5%	10%	-14%	-33%	-19%	-8%	-1%	-2%	3%	5%	-11%	-6%	-10%
Bragança	-0%	8%	-7%	-32%	-16%	-6%	-7%	-8%	6%	8%	-3%	-1%	-0%
Castelo Branco	6%	9%	-10%	-28%	-12%	-5%	-4%	-3%	3%	8%	-2%	1%	-1%
Coimbra	4%	9%	-13%	-37%	-26%	-15%	-9%	-8%	-6%	-5%	-12%	-9%	-16%
Évora	-3%	4%	-14%	-35%	-22%	-13%	-9%	-3%	-3%	5%	0%	8%	-0%
Faro	2%	9%	-27%	-64%	-56%	-45%	-34%	-18%	-16%	-18%	-13%	0%	-22%
Guarda	4%	9%	-12%	-36%	-19%	-8%	-5%	-6%	3%	5%	-9%	2%	-5%
Leiria	2%	7%	-14%	-33%	-20%	-11%	-7%	-7%	-1%	2%	1%	4%	-5%
Lisboa	-1%	4%	-30%	-55%	-47%	-38%	-28%	-23%	-18%	-18%	-17%	-10%	-23%
Madeira	3%	9%	-22%	-54%	-40%	-35%	-31%	-21%	-14%	-12%	-10%	-5%	-18%
Portalegre	6%	12%	3%	-16%	-2%	1%	4%	-2%	6%	14%	3%	9%	6%
Porto	6%	7%	-22%	-42%	-33%	-22%	-14%	-12%	-10%	-9%	-15%	-8%	-16%
Santarém	1%	8%	-6%	-21%	-9%	-4%	1%	-0%	2%	4%	3%	12%	4%
Setúbal	-1%	7%	-13%	-31%	-21%	-13%	-6%	-3%	-1%	3%	-3%	0%	-6%
Viana do Castelo	7%	13%	-12%	-32%	-19%	-6%	3%	-3%	7%	15%	-3%	6%	0%
Vila Real	6%	13%	-13%	-38%	-24%	-11%	-2%	-1%	3%	1%	-14%	-6%	-8%
Viseu	8%	11%	-12%	-36%	-22%	-12%	-7%	-3%	-2%	-1%	-10%	-8%	-14%
<b>Total País</b>	2%	7%	-22%	-46%	-36%	-27%	-19%	-14%	-10%	-9%	-12%	-5%	-15%



Também no que se prende com a realidade dos sistemas de retalho dos diferentes distritos observou-se, com a entrada neste Novo Confinamento, o **agravar das crises que se viveu e vive nos distritos das maiores cidades e sobretudo das regiões mais turísticas** (que ainda estavam longe da recuperação). Lisboa e Faro voltam a perdas face ao homólogo superiores a 20% algo que já não se observava desde julho/agosto (tempo de verão sem turistas).

03

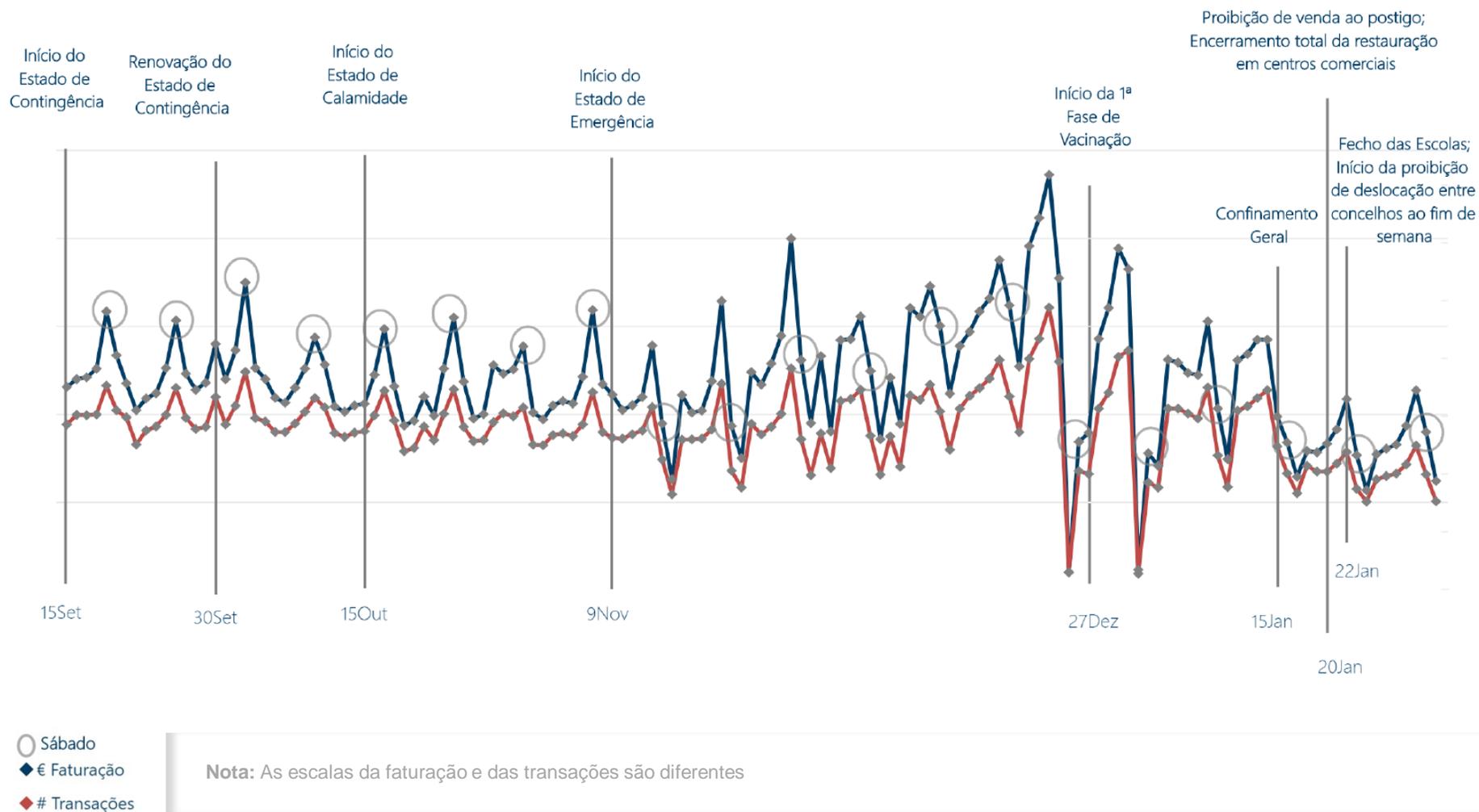
# OS CONFINAMENTOS COMPARADOS

MARÇO DE 2020 VS.  
JANEIRO DE 2021



# EVOLUÇÃO DIÁRIA DA FATURAÇÃO E DAS TRANSAÇÕES

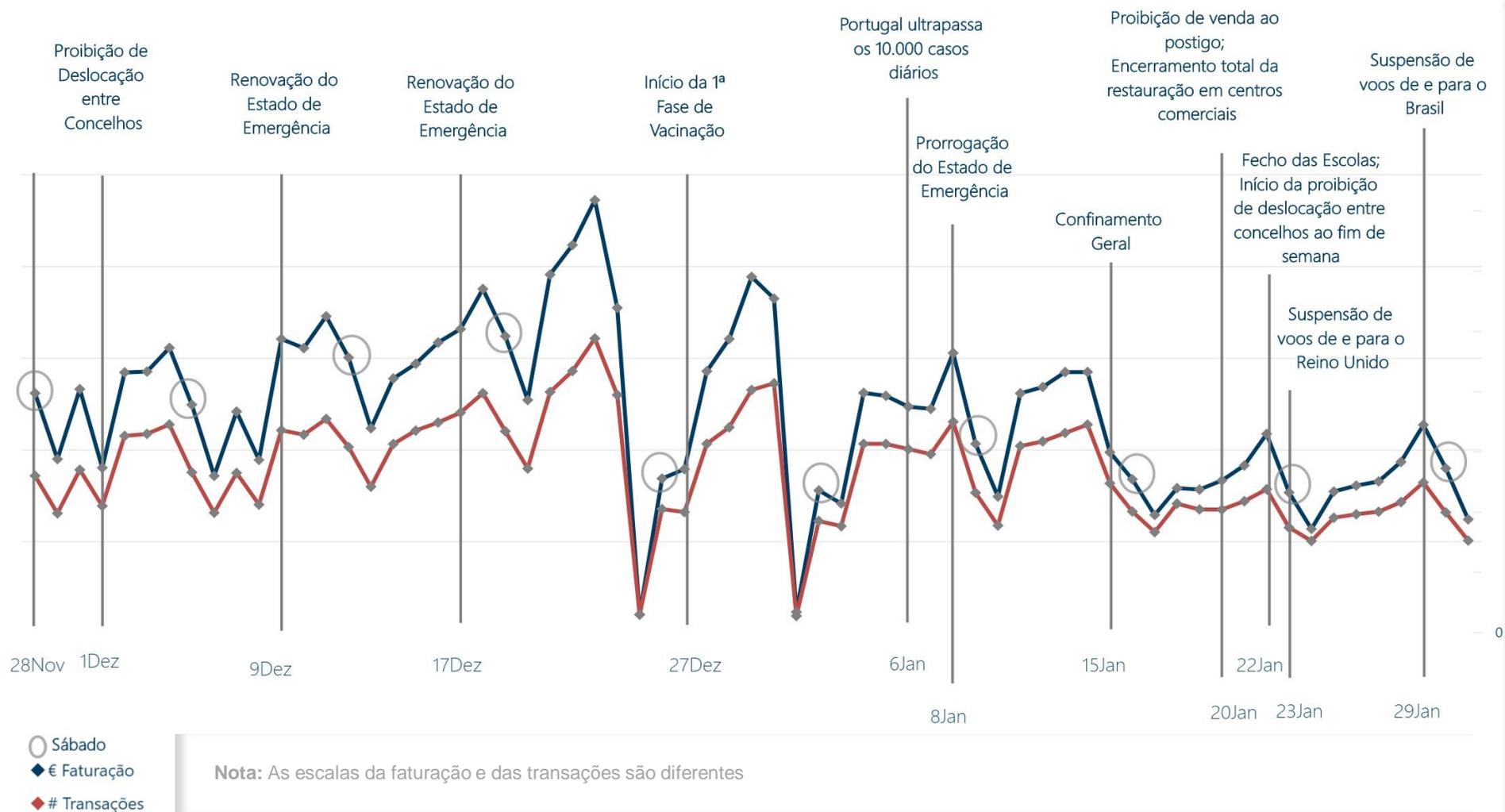
## 15 SETEMBRO 2020 A 31 JANEIRO 2021



Este gráfico permite analisar os **efeitos dos 3 estágios complementares de um Confinamento faseado**, percebendo-se que esses **efeitos não foram expressivos**. A quebra acontece em 15 de Janeiro, não se observando depois, nem com o fecho das escolas, reduções adicionais expressivas dos níveis de faturação.

# EVOLUÇÃO DIÁRIA DA FATURAÇÃO E DAS TRANSAÇÕES

## DETALHE DEZEMBRO 2020 E JANEIRO 2021



Com mais zoom se percebe, ainda melhor, que **as 2 semanas completas em Confinamento têm perfis (sazonalidades diárias) muitíssimo semelhantes na forma e nos valores**. Consta-se, também, com elevada nitidez, que **o Sábado, como principal dia da semana em termos de volume de faturação do sistema de Retailo, perdeu a sua liderança para a 6ª feira**, reflexo de um interessante recriar do fim de semana (mais longe do consumo – em parte devido ao acesso profundamente condicionado ao Retailo).

# O NOVO CONFINAMENTO: IMPACTO NA FATURAÇÃO E NOS PONTOS DE VENDA ATIVOS POR CATEGORIA (BASE 100 DE ANÁLISE: SEMANA DE 3 A 9 DE JANEIRO)

Categorias	Pontos de Venda vs. Faturação	3 - 9 Janeiro	10 - 16 Janeiro	17 - 23 Janeiro	24 - 30 Janeiro	Categorias	Pontos de Venda vs. Faturação	3 - 9 Janeiro	10 - 16 Janeiro	17 - 23 Janeiro	24 - 30 Janeiro
		*	**	***	****			*	**	***	****
Hipers&Supers	PVs Ativos	100	101	100	101	Gasolineiras	PVs Ativos	100	101	99	99
	Faturação	100	108	92	94		Faturação	100	96	75	73
Retailho Alimentar Tradicional	PVs Ativos	100	100	94	93	Cabeleireiros	PVs Ativos	100	101	20	19
	Faturação	100	109	93	97		Faturação	100	122	21	21
Restauração	PVs Ativos	100	99	68	60	Papelerias, Livrarias, Revistas & Tabaco	PVs Ativos	100	101	81	69
	Faturação	100	88	40	40		Faturação	100	101	51	58
Eletrodomésticos & Tecnologia	PVs Ativos	100	101	94	92	Moda	PVs Ativos	100	99	28	24
	Faturação	100	99	69	77		Faturação	100	76	9	8
Farmácias	PVs Ativos	100	100	100	101	Perfumarias & Cosmética	PVs Ativos	100	100	43	41
	Faturação	100	105	84	87		Faturação	100	119	10	14
Saúde	PVs Ativos	100	100	98	99	Hotelaria e Atividades Turísticas	PVs Ativos	100	91	73	67
	Faturação	100	98	94	93		Faturação	100	67	42	36
TOTAL	Pontos de Venda vs. Faturação	3 - 9 Janeiro		10 - 16 Janeiro		17 - 23 Janeiro		24 - 30 Janeiro			
		*	**	***	****	*	**	***	****		
	PVs Ativos	100	99	69	65						
	Faturação	100	97	70	71						

\* Prorrogação do Estado de Emergência  
 \*\* Confinamento Geral  
 \*\*\* Proibição de venda ao postigo; Encerramento total da restauração em centros comerciais; Fecho das Escolas; Início da proibição de deslocação entre concelhos ao fim de semana; Suspensão de voos de e para o Reino Unido  
 \*\*\*\* Suspensão de voos de e para o Brasil



Três semanas de Confinamento determinaram que no final de Janeiro a faturação do sistema fosse 71% do que era imediatamente antes do seu decretar. Nas tabelas supra constata-se que nas categorias “não fechadas” se observa uma espécie de pequena recuperação na última semana de janeiro ( Hipers, Retailho Alimentar Tradicional ou Eletrodomésticos & Tecnologia).

Novamente, os impactos do Confinamento são estruturalmente dispares entre categorias. Hipers, Retailho Alimentar mantêm-se inalterados. Saúde e Farmácias, em grande medida, também. Categorias como Moda, Perfumarias, Cabeleireiros, obrigados a “fechar” (confere redução dos Pontos de Venda Ativos) viram quebras de quase 100% da faturação. Restaurantes e Cafés, quebram 60% a faturação (fechando apenas 40% dos que estavam abertos no arranque de Janeiro), estabelecendo um novo base case em modo Delivery + Takeaway.

# O NOVO CONFINAMENTO: IMPACTO NA FATURAÇÃO E NOS PONTOS DE VENDA ATIVOS DA SEMANA DE 24 A 30 JANEIRO – RANKING DE CATEGORIAS (BASE 100 DE ANÁLISE: SEMANA DE 3 A 9 DE JANEIRO)



## PONTOS DE VENDA ATIVOS



## FATURAÇÃO



# O NOVO CONFINAMENTO: IMPACTO NA FATURAÇÃO E NOS PONTOS DE VENDA ATIVOS POR DISTRITO (BASE 100 DE ANÁLISE: SEMANA DE 3 A 9 DE JANEIRO)

Distritos	3 - 9 Janeiro *	10 - 16 Janeiro **	17 - 23 Janeiro ***	24 - 30 Janeiro ****
> Açores	100	92	88	90
> Aveiro	100	99	72	75
> Beja	100	97	84	88
> Braga	100	98	69	72
> Bragança	100	105	83	81
> Castelo Branco	100	98	73	72
> Coimbra	100	99	71	70
> Évora	100	97	76	78
> Faro	100	97	67	69
> Guarda	100	100	75	73

Distritos	3 - 9 Janeiro *	10 - 16 Janeiro **	17 - 23 Janeiro ***	24 - 30 Janeiro ****
> Leiria	100	98	70	70
> Lisboa	100	96	67	68
> Madeira	100	86	82	83
> Portalegre	100	100	84	87
> Porto	100	98	68	70
> Santarém	100	99	76	79
> Setúbal	100	99	70	73
> Viana do Castelo	100	98	73	74
> Vila Real	100	96	73	71
> Viseu	100	97	72	74

	3 - 9 Janeiro *	10 - 16 Janeiro **	17 - 23 Janeiro ***	24 - 30 Janeiro ****
 TOTAL	100	97	70	71

\* Prorrogação do Estado de Emergência  
 \*\* Confinamento Geral  
 \*\*\* Proibição de venda ao postigo; Encerramento total da restauração em centros comerciais; Fecho das Escolas; Início da proibição de deslocação entre concelhos ao fim de semana; Suspensão de voos de e para o Reino Unido  
 \*\*\*\* Suspensão de voos de e para o Brasil



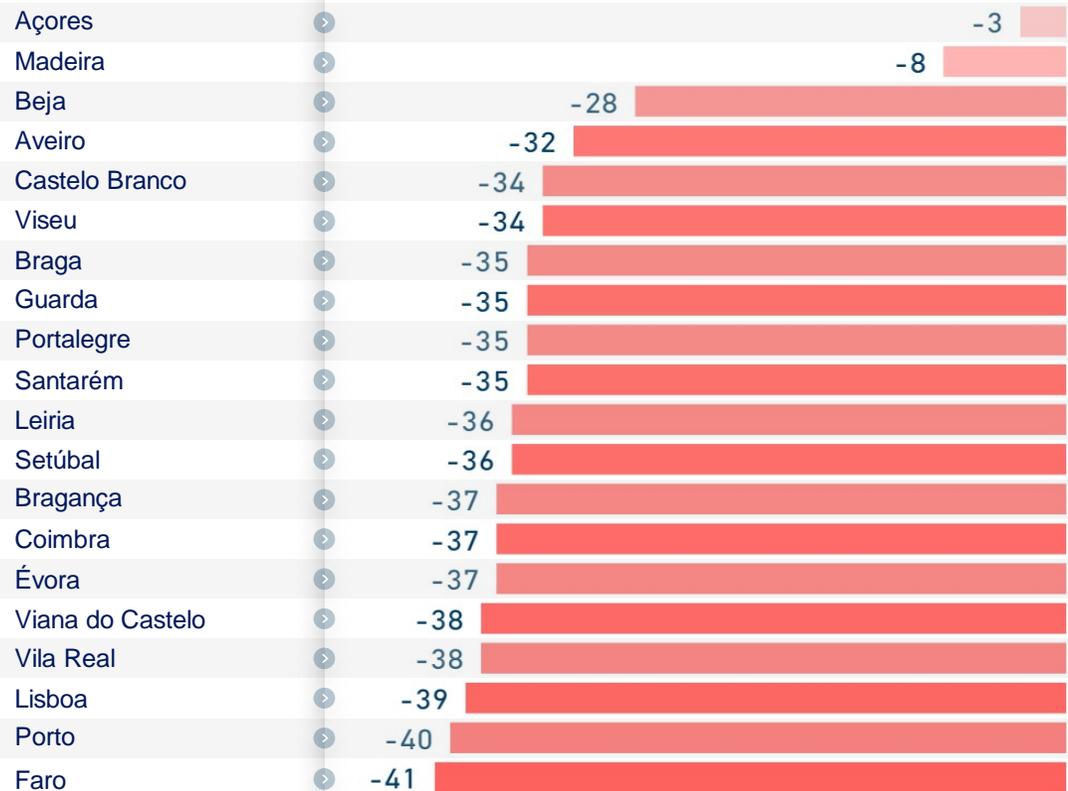
Os impactos de 3 semanas de Confinamento variam de (apenas) **-10% nos Açores** até **-32% em Lisboa** face ao Baseline da 2 semana de Janeiro.

Também na lente dos distritos resulta claro que a **3ª semana evidencia uma (muito) ligeira recuperação face à 2ª**, de forma quase transversal ao país, no que aparenta ser o configurar de um novo ritmo de vida e consumo em modo 2º Confinamento Geral.

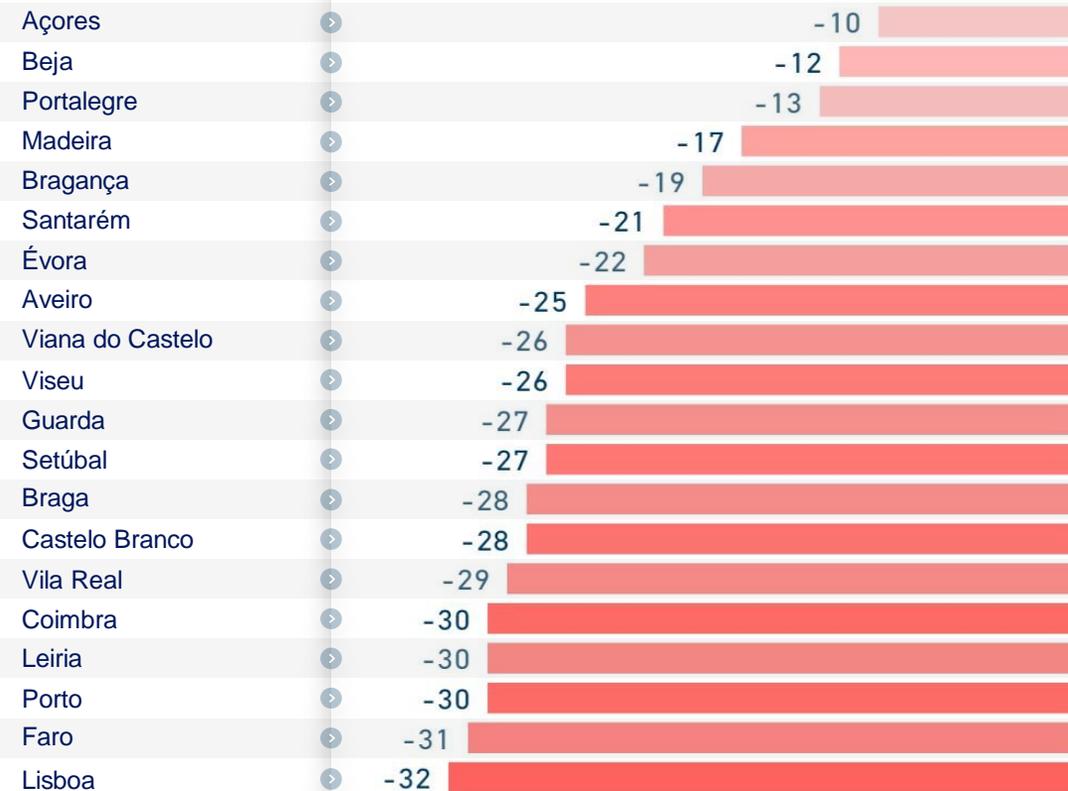
# O NOVO CONFINAMENTO: IMPACTO NA FATURAÇÃO E NOS PONTOS DE VENDA ATIVOS DA SEMANA DE 24 A 30 JANEIRO POR DISTRITO – RANKING (BASE 100 DE ANÁLISE: SEMANA DE 3 A 9 DE JANEIRO)



## PONTOS DE VENDA



## FATURAÇÃO



Em termos de ordenação dos distritos, **este ranking é sensivelmente igual ao que se observou em Março do ano passado**. O perfil de actividade económica e mobilidade (e dependência de turismo) das diferentes regiões determina performances estruturalmente distintas. Em termos de valores absolutos das quebras, os números são, não obstante, menores, reflexo de natural habituação a um Mundo com COVID (e um conseqüente menor “confinar” da sociedade).

# CONFINAMENTO DE MARÇO 2020 VS. CONFINAMENTO DE JANEIRO 2021 POR CATEGORIA

Setores	Pontos de Venda vs. Faturação	29 Março – 4 Abril 2020 *	24 - 30 Janeiro 2021 **
Hipers&Supers	PVs Ativos	189	101
	Faturação	71	94
Retailho Alimentar Tradicional	PVs Ativos	149	93
	Faturação	81	97
Restauração	PVs Ativos	43	60
	Faturação	17	40
Eletrodomésticos & Tecnologia	PVs Ativos	111	92
	Faturação	98	77
Farmácias	PVs Ativos	196	101
	Faturação	70	87
Saúde	PVs Ativos	66	99
	Faturação	19	93

Setores	Pontos de Venda vs. Faturação	29 Março – 4 Abril 2020 *	24 - 30 Janeiro 2021 **
Gasolineiras	PVs Ativos	186	99
	Faturação	49	73
Cabeleireiros	PVs Ativos	8	19
	Faturação	6	21
Papelerias, Livrarias, Revistas & Tabaco	PVs Ativos	88	69
	Faturação	23	58
Moda	PVs Ativos	15	24
	Faturação	3	8
Perfumarias & Cosmética	PVs Ativos	18	41
	Faturação	3	14
Hotelaria e Actividades Turísticas	PVs Ativos	36	67
	Faturação	6	36

	Pontos de Venda vs. Faturação	29 Março – 4 Abril 2020 *	24 – 30 Janeiro 2021 **
<b>TOTAL</b>	PVs Ativos	38	65
	Faturação	56	71



É evidente que este **Novo Confinamento** tem um impacto **estruturalmente menor** (medido ao fim de 3 semanas): - **44% em 2020 vs. -29% em 2021**, uma diferença, significativa de 15p.p..

**Exceção** feita à **Moda e Perfumarias** que, em ambos os períodos, atingem **quebras próximas dos 100%** (totalmente fechadas em formatos físicos) e à categoria dos **Eletrodomésticos & Tecnologia** que não beneficiou de compras para teletrabalho e ensino remoto (**caindo agora mais de 20% vs. apenas 2% em Março**).

A generalidade das demais **categorias** tem agora quedas **muito menores**. O **modelo de consumo** vigente neste **2º Confinamento** é, naturalmente, **diferente**.

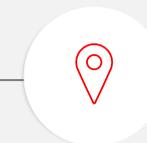
\* Semana de referência para Base 100: 8 a 14 Março 2020  
\*\* Semana de referência para Base 100: 3 a 9 Janeiro 2021

# CONFINAMENTO DE MARÇO 2020 VS. CONFINAMENTO DE JANEIRO 2021 POR DISTRITO

Distritos	29 Março – 4 Abril 2020 *	24 - 30 Janeiro 2021 **
> Açores	52	90
> Aveiro	66	75
> Beja	74	88
> Braga	63	72
> Bragança	63	81
> Castelo Branco	63	72
> Coimbra	59	70
> Évora	65	78
> Faro	46	69
> Guarda	58	73

Distritos	29 Março – 4 Abril 2020 *	24 - 30 Janeiro 2021 **
> Leiria	62	70
> Lisboa	49	68
> Madeira	43	83
> Portalegre	70	87
> Porto	60	70
> Santarém	69	79
> Setúbal	63	73
> Viana do Castelo	65	74
> Vila Real	58	71
> Viseu	59	74

	29 Março – 4 Abril 2020 *	24 – 30 Janeiro 2021 **
 TOTAL	56	71



Por maioria de razão, a mesma realidade se observa quando se olha para os confinamentos na óptica regional. **Todos os distritos, sem exceção, caem menos agora do que caíram há 10 meses.**

Registe-se que, **Lisboa, Madeira e Faro** que no 1º Confinamento observaram quebras superiores a 50%, **estão neste momento, apenas 30% abaixo do ponto de partida (-17% no caso da Madeira).**

Novamente, alguns distritos interiores pautam quebras (relativamente) reduzidas de menos de 20%.

\* Semana de referência para Base 100: 8 a 14 Março 2020

\*\* Semana de referência para Base 100: 3 a 9 Janeiro 2021

04

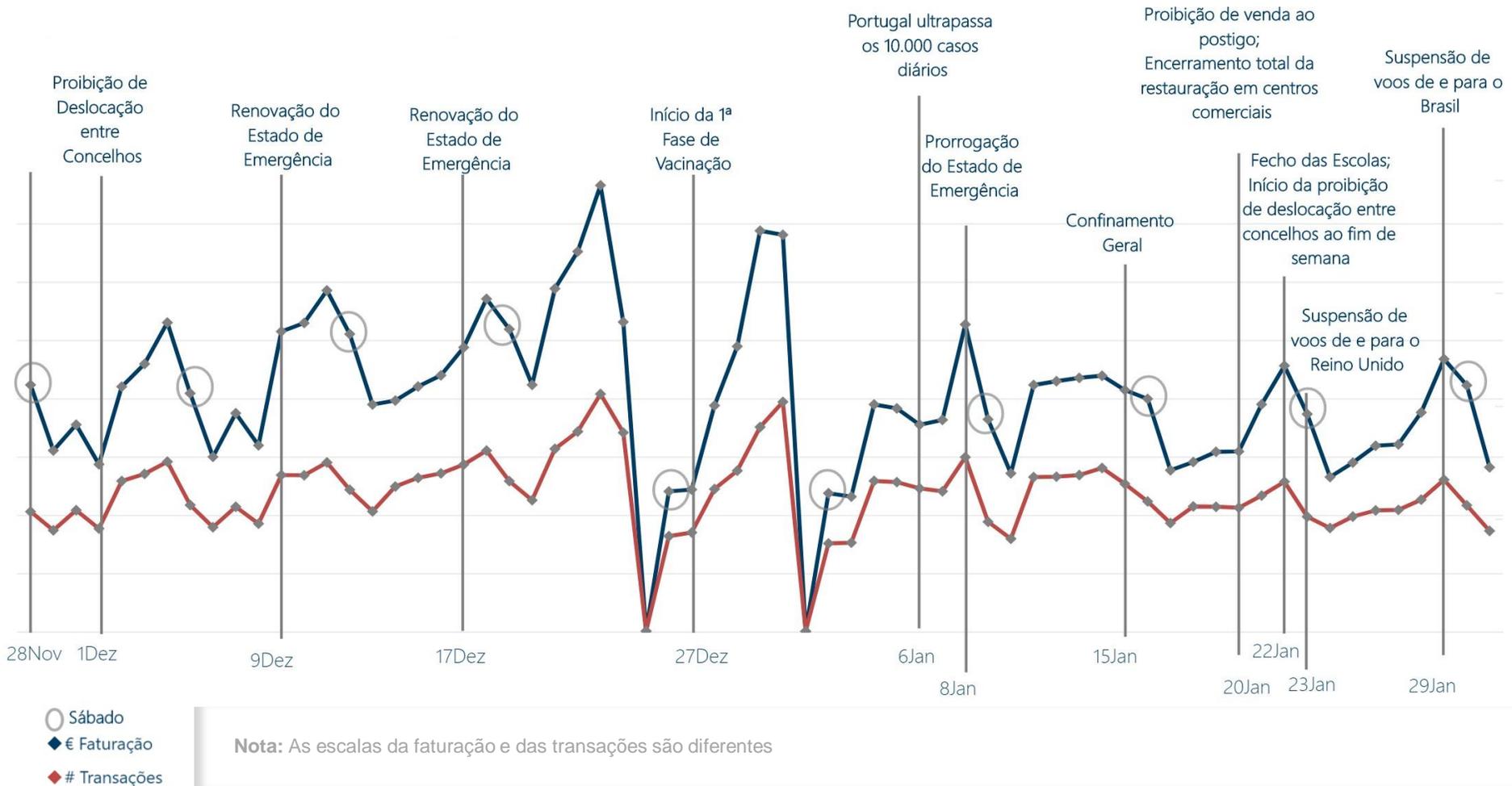
# ZOOM INS

A PERFORMANCE  
DAS CATEGORIAS  
DEZEMBRO 2020 vs.  
JANEIRO 2021

# ZOOM IN: EVOLUÇÃO DIÁRIA DA FATURAÇÃO E TRANSAÇÕES DOS HIPER&SUPERS (28 NOVEMBRO – 31 JANEIRO)

YOY JANEIRO >

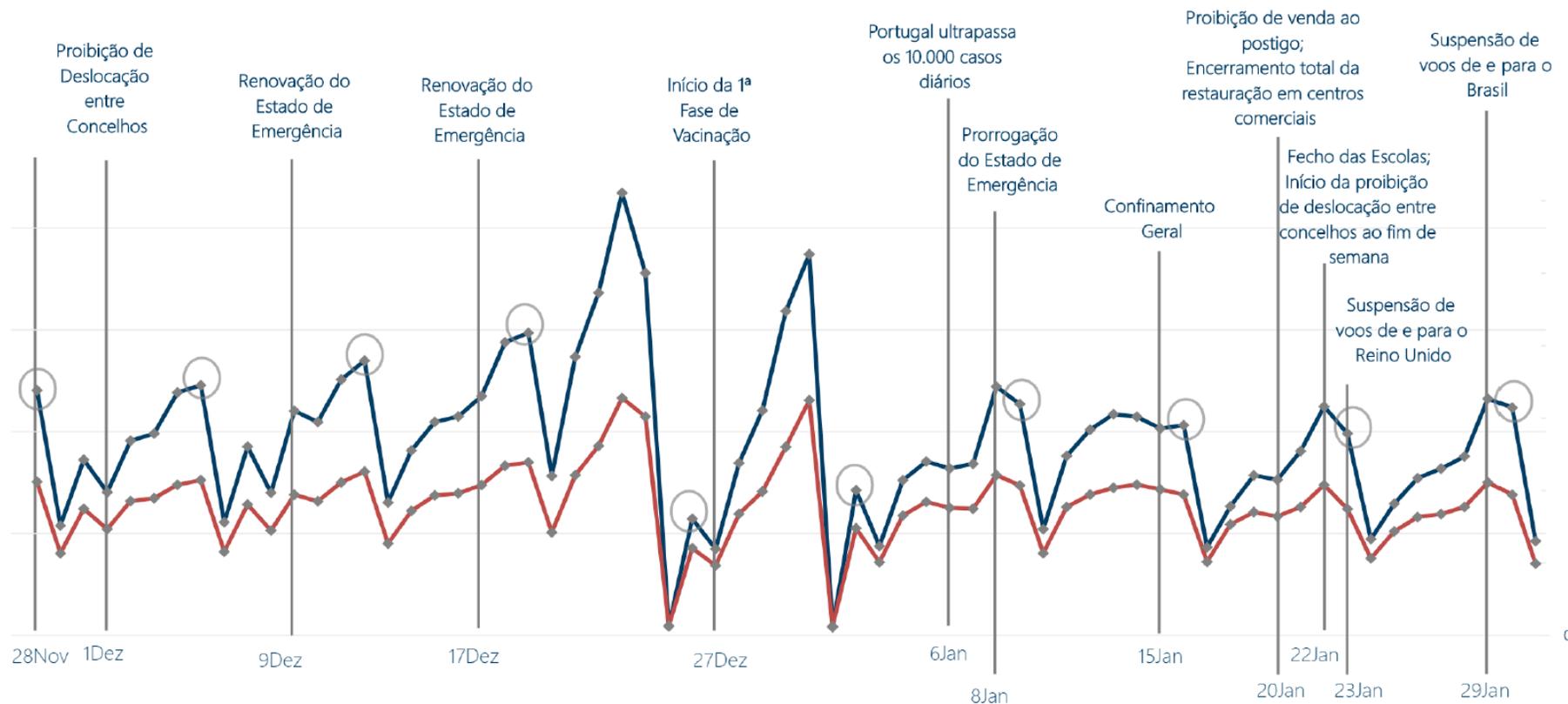
9.4%



Os Hipers & Supermercados evidenciam desde a 2ª semana de Janeiro níveis ligeiramente inferiores aos verificados nos meses (comparáveis) de Outubro e Novembro, mas, sem reflexo do Novo Confinamento. 6ª feira é o novo pico semanal (desde 9 de Novembro) por contraponto de alguma perda do Sábado e do Domingo que se tornaram “mais um dia de semana”. Dito isto, foi evidente o **retomar do aumento do e-commerce** (que já determinou, novamente, o alargar dos prazos de entrega da generalidade dos operadores).

# ZOOM IN: EVOLUÇÃO DIÁRIA DA FATURAÇÃO E TRANSAÇÕES DO RETALHO ALIMENTAR TRADICIONAL (28 NOVEMBRO – 31 JANEIRO)

YOY JANEIRO > 83.5%



○ Sábado  
◆ € Faturação  
◆ # Transações

Nota: As escalas da faturação e das transações são diferentes



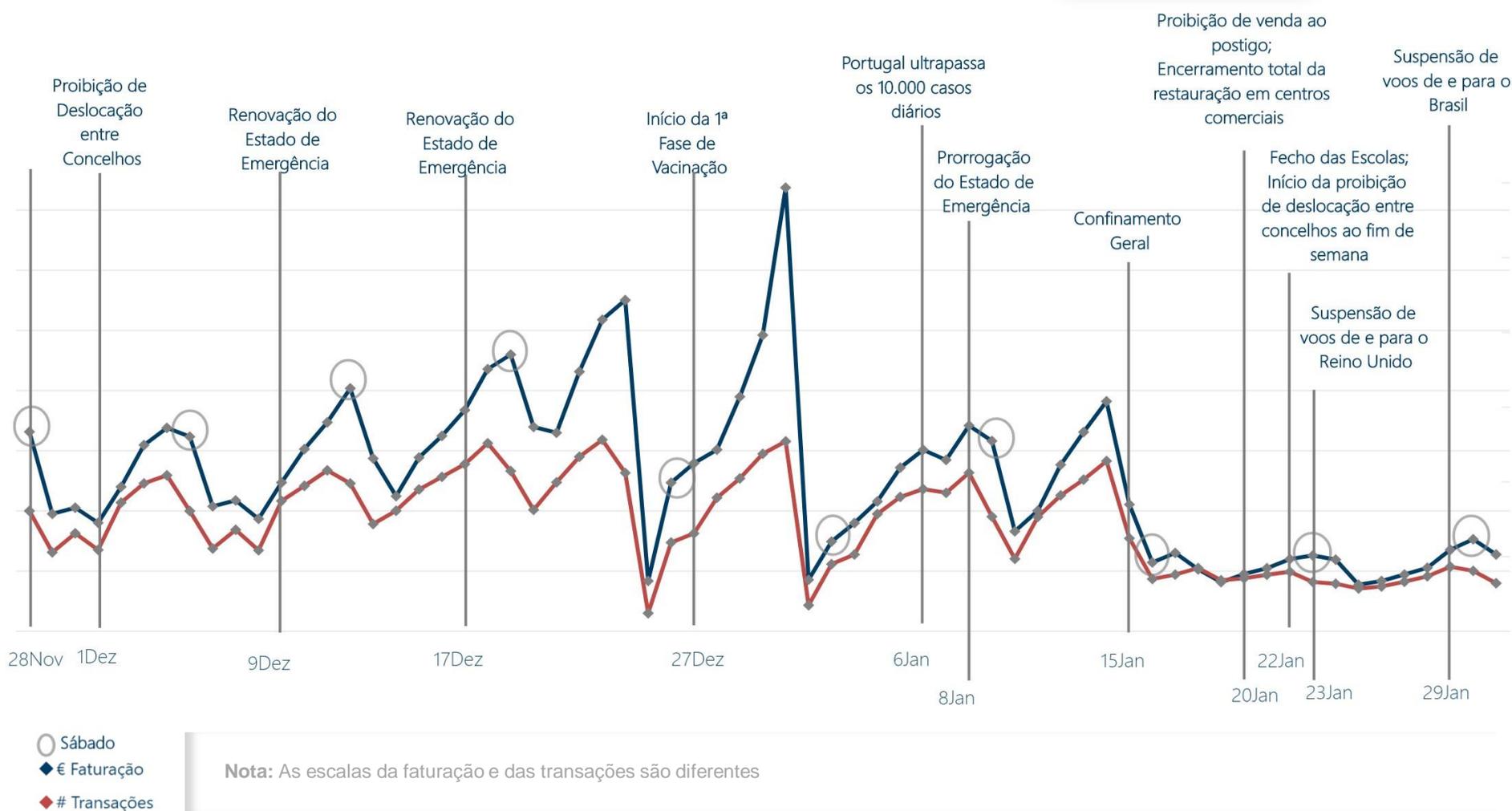
Um das categorias decretadas em 2020 como grandes vencedoras em tempos de Pandemia, mostrou no decurso de Janeiro, mesmo após o Novo Confinamento, uma impressionante resiliência.

Se compararmos Janeiro com os meses de Setembro, Outubro e Novembro percebemos uma dinâmica de “*business as usual*” em termos de grandes números de faturação. Ao contrário do Retalho Alimentar Moderno (os Hipers & Supers), os formatos Tradicionais, tipicamente de “maior proximidade”, têm 6ª e Sábados muito equivalentes.

Realidades como esta e dados públicos de mobilidade evidenciam **Sábados vividos em muito maior proximidade de casa** (no bairro), **com menos deslocações a “destinos de consumos”** (também porque, há muito, que os centros comerciais estão “fechados”).

# ZOOM IN: EVOLUÇÃO DIÁRIA DA FATURAÇÃO E TRANSAÇÕES DA RESTAURAÇÃO (28 NOVEMBRO – 31 JANEIRO)

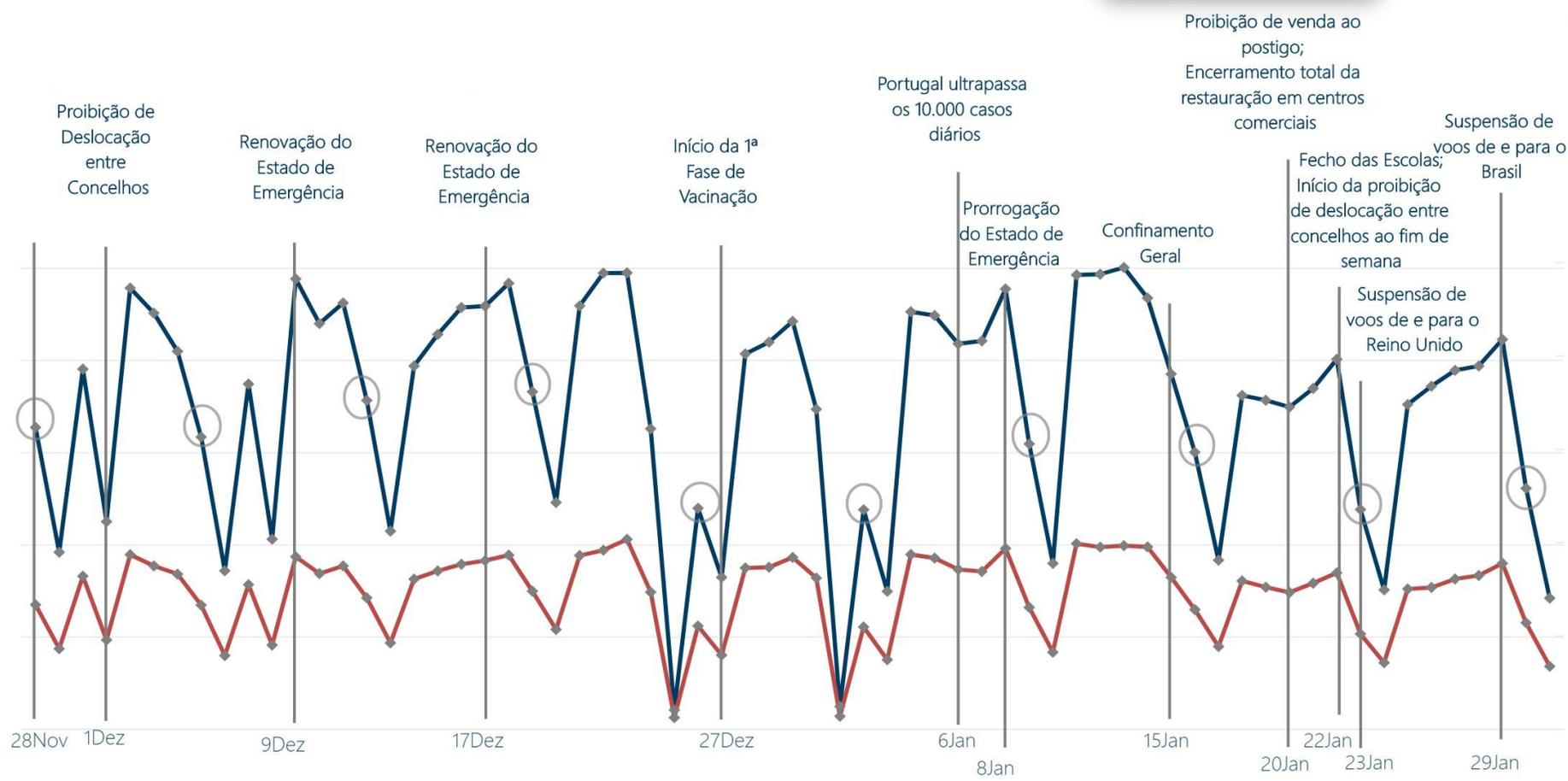
YOY JANEIRO > -46.2%



A restauração e os cafés foram encerrados por decreto, num primeiro momento permitindo a manutenção de vendas ao postigo, num segundo momento com limitações radicais de vendas que não “takeaway” declarado. Assim, naturalmente, **a quebra foi muito expressiva**. Olhando para os “reduzidos” números de faturação da restauração é interessante perceber que o pico de 6<sup>a</sup>, Sábado e Domingo se mantém, no que pode ser **reflexo de uma transferência de hábitos de out-of-home para in-home** (alavancando uma relativa democratização de ofertas de *Delivery*).

# ZOOM IN: EVOLUÇÃO DIÁRIA DA FATURAÇÃO E TRANSAÇÕES DAS FARMÁCIAS (28 NOVEMBRO – 31 JANEIRO)

YOY JANEIRO > 88.2%



○ Sábado  
◆ € Faturação  
◆ # Transações

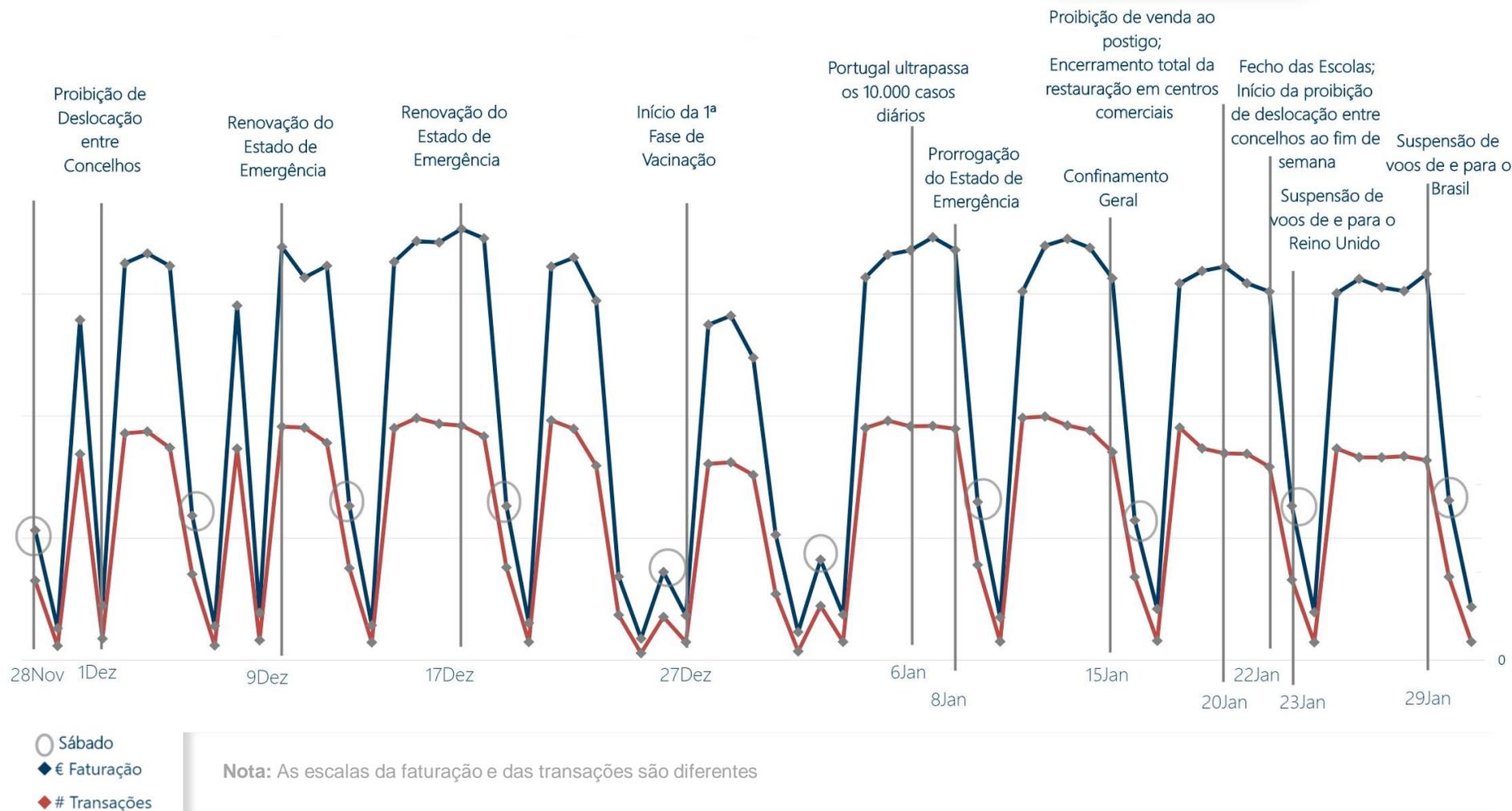
Nota: As escalas da faturação e das transações são diferentes



Como categoria, as Farmácias (fornecedoras acessíveis de “saúde”) mantiveram ao longo dos últimos 10 meses uma expectável tendência de estabilização da performance (com naturais picos sazonais associadas a patologias específicas). Janeiro não é exceção. Observa-se alguma quebra face ao arranque de Janeiro, mas por comparação com os meses anteriores a faturação mantém-se estável (os valores mais elevados de Novembro, Dezembro e arranque de Janeiro podem ser, em parte, explicados pelo aumento dos números da Pandemia). Também nas farmácias se observa uma quebra do fim-de-semana.

# ZOOM IN: EVOLUÇÃO DIÁRIA DA FATURAÇÃO E TRANSAÇÕES DA SAÚDE (28 NOVEMBRO – 31 JANEIRO)

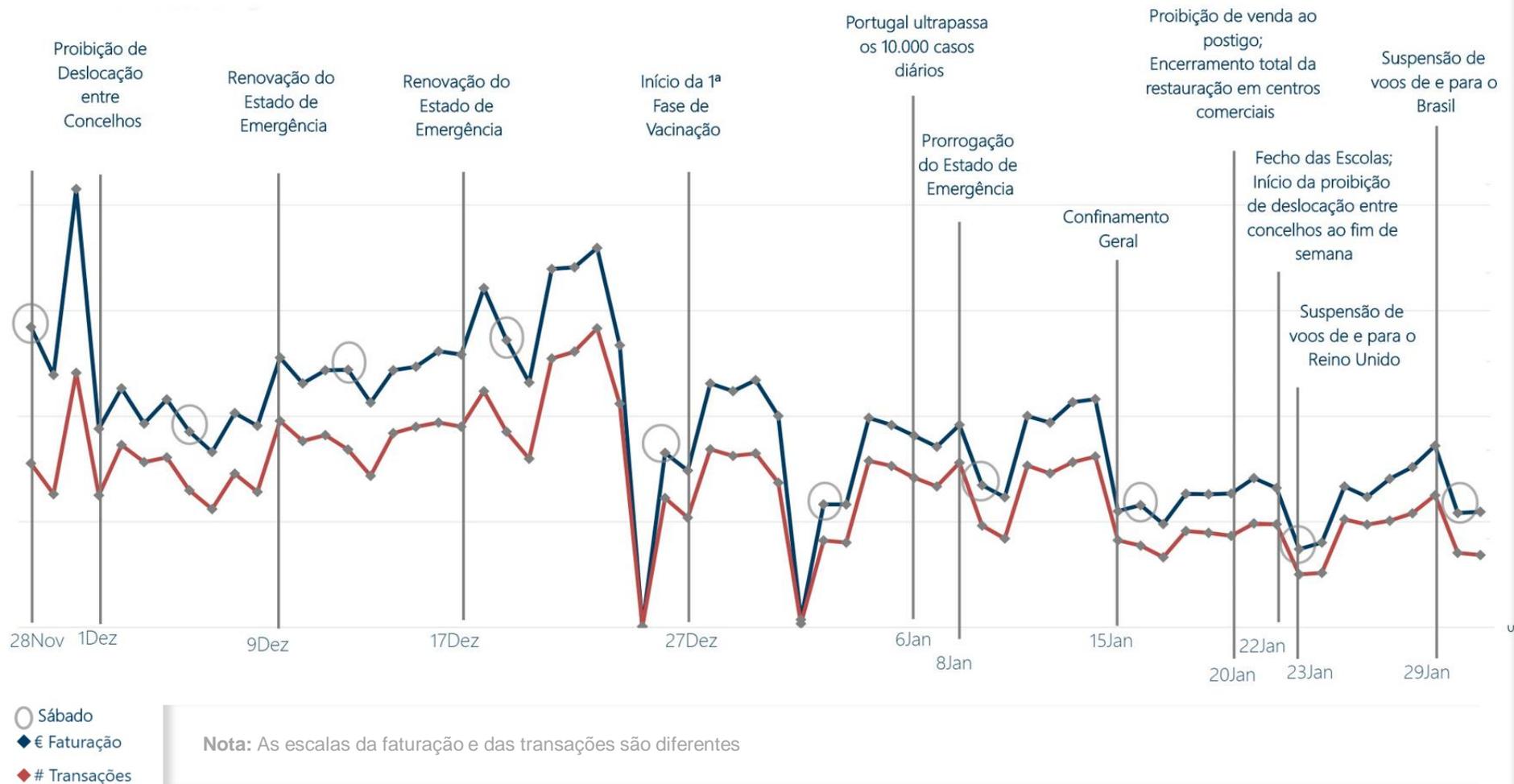
YOY JANEIRO > 24.3%



No 1º Confinamento a Saúde caiu de forma impressionante num imediato reflexo de uma sociedade com medo de uma Pandemia desconhecida. **Com o passar do tempo, com a normalização da relação com um mundo com COVID, e em face do risco de adiar o “consumo de saúde”, os níveis de faturação do setor da Saúde em 2020 aproximaram-se dos níveis de 2019.** Este Novo Confinamento (e mesmo as semanas que o antecederam) não determinou nenhuma reconfiguração do acesso aos hospitais (privados). A estabilidade é total. Como exceção da tendência de “perda dos sábados”, a Saúde tem tido uma ligeira subida, **reflexo da necessidade do sistema de saúde “aumentar a sua capacidade instalada”** (mais unidades abertas aos sábados).

# ZOOM IN: EVOLUÇÃO DIÁRIA DA FATURAÇÃO E TRANSAÇÕES DOS ELECTRODOMÉSTICOS & TECNOLOGIA 2020 (28 NOVEMBRO – 31 JANEIRO)

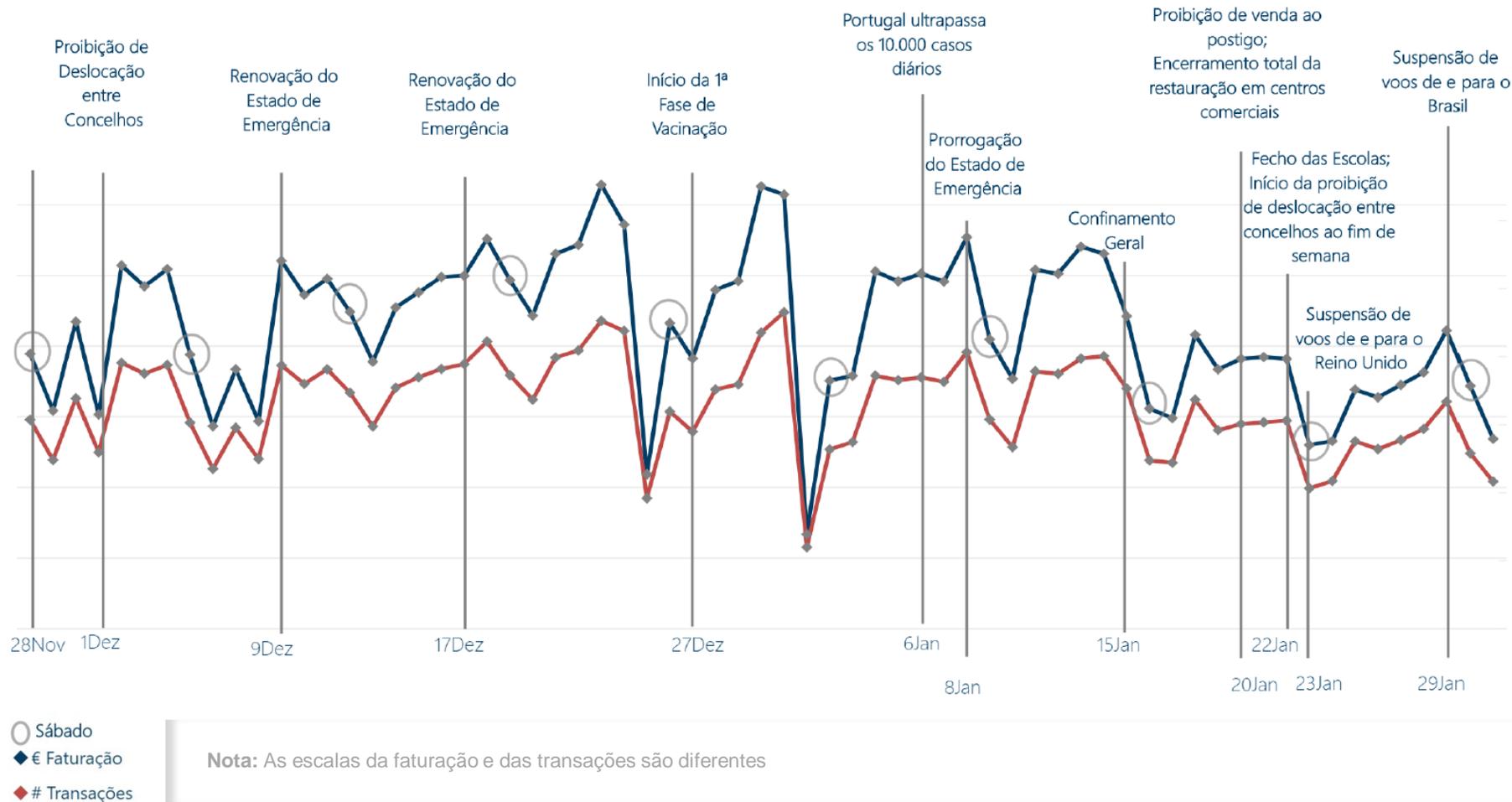
YOY JANEIRO > 10.4%



Neste 2º Confinamento, em que **as famílias e as empresas estão infraestruturadas para modelos de teletrabalho e ensino remoto** e que as casas estão equipadas para serem o palco permanente das vidas quotidianas, esta categoria **não teve o pico de vendas experimentado em Março e Abril** (pelo contrário, verifica-se uma quebra de faturação de cerca de 20%, reflexo de um menor acesso ao ponto de venda).

# ZOOM IN: EVOLUÇÃO DIÁRIA DA FATURAÇÃO E TRANSAÇÕES DAS GASOLINEIRAS (28 NOVEMBRO – 31 JANEIRO)

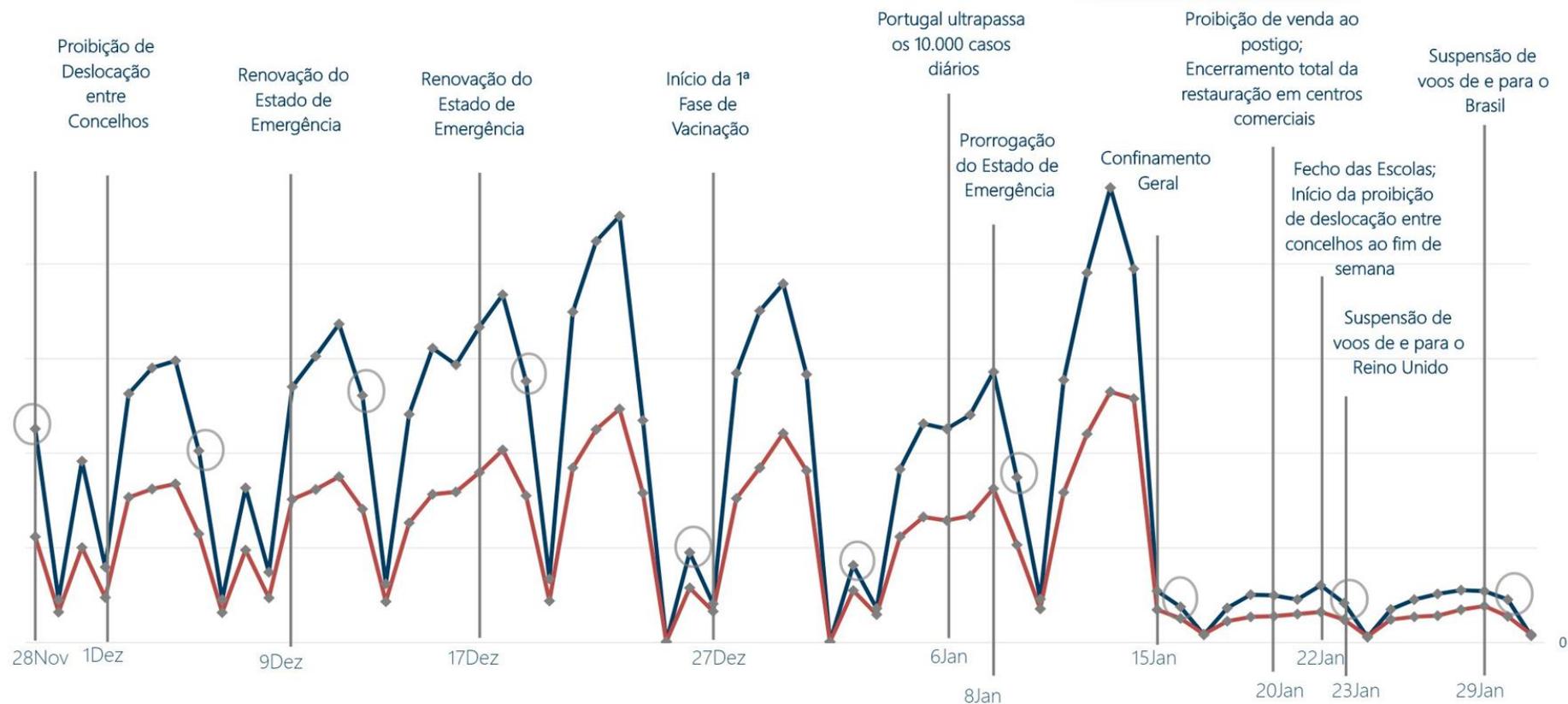
YOY JANEIRO > -20.7%



A performance das Gasolineiras neste 2º Confinamento é reflexo de uma muito menos expressiva redução da mobilidade dos portugueses. As 3 últimas semanas de Janeiro foram pautadas por uma quebra de apenas 27% (face ao início do mês). Objetivamente, um indicador de uma prevalência distinta da continuidade do funcionamento da economia.

# ZOOM IN: EVOLUÇÃO DIÁRIA DA FATURAÇÃO E TRANSAÇÕES DOS CABELEIREIROS (28 NOVEMBRO – 31 JANEIRO)

YOY JANEIRO > -18.3%



○ Sábado  
 ◆ € Faturação  
 ◆ # Transações

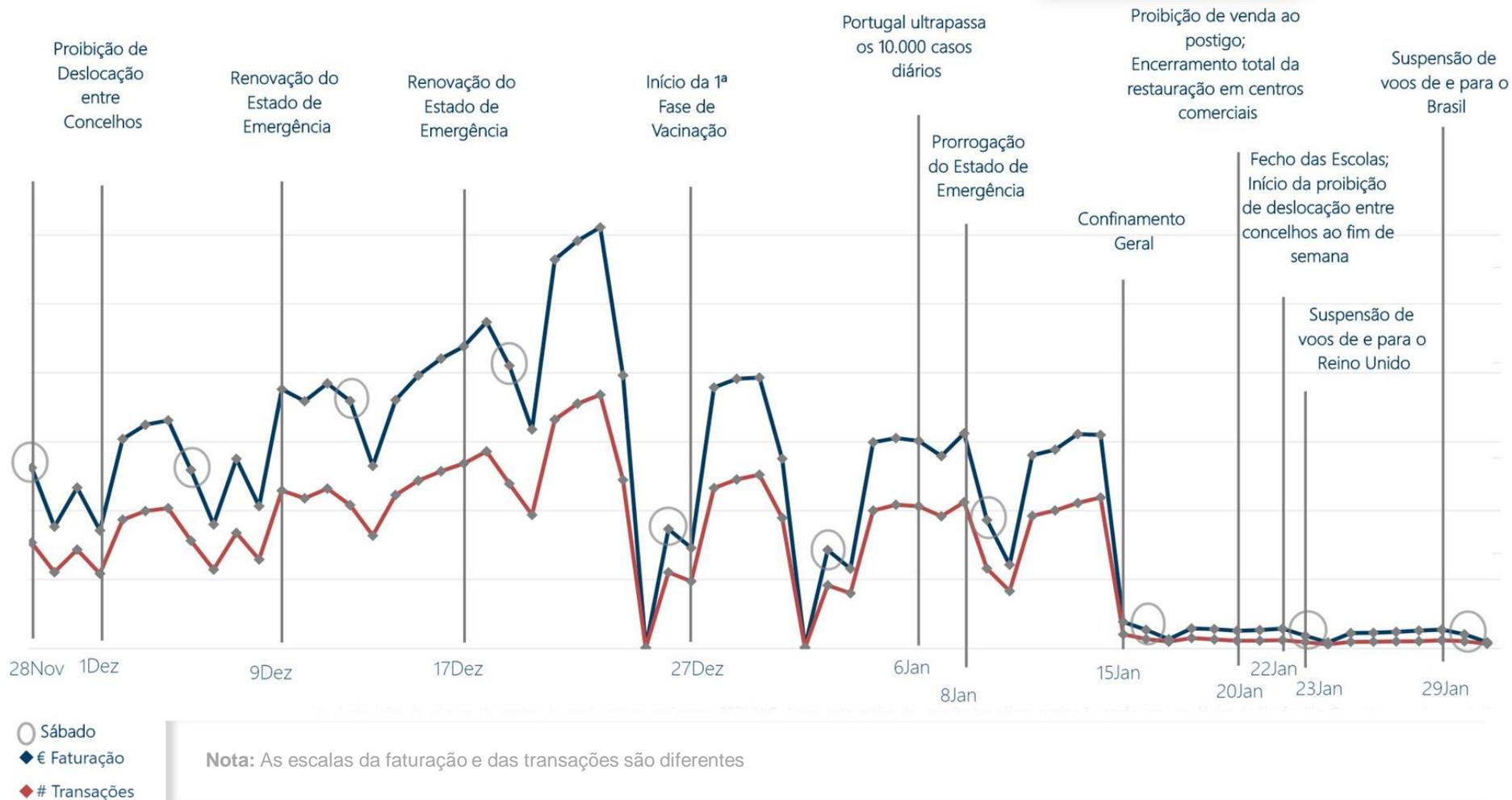
Nota: As escalas da faturação e das transações são diferentes



Depois do 1º Confinamento, esta foi uma das categorias em que se verificou uma maior “normalização da atividade” – Fechando 2020 com valores praticamente idênticos aos de 2019. Com o anúncio do 2º Confinamento observou-se um aumento da procura na semana anterior ao fecho da atividade, algo que seria expectável.

# ZOOM IN: EVOLUÇÃO DIÁRIA DA FATURAÇÃO E TRANSAÇÕES DA MODA (28 NOVEMBRO – 31 JANEIRO)

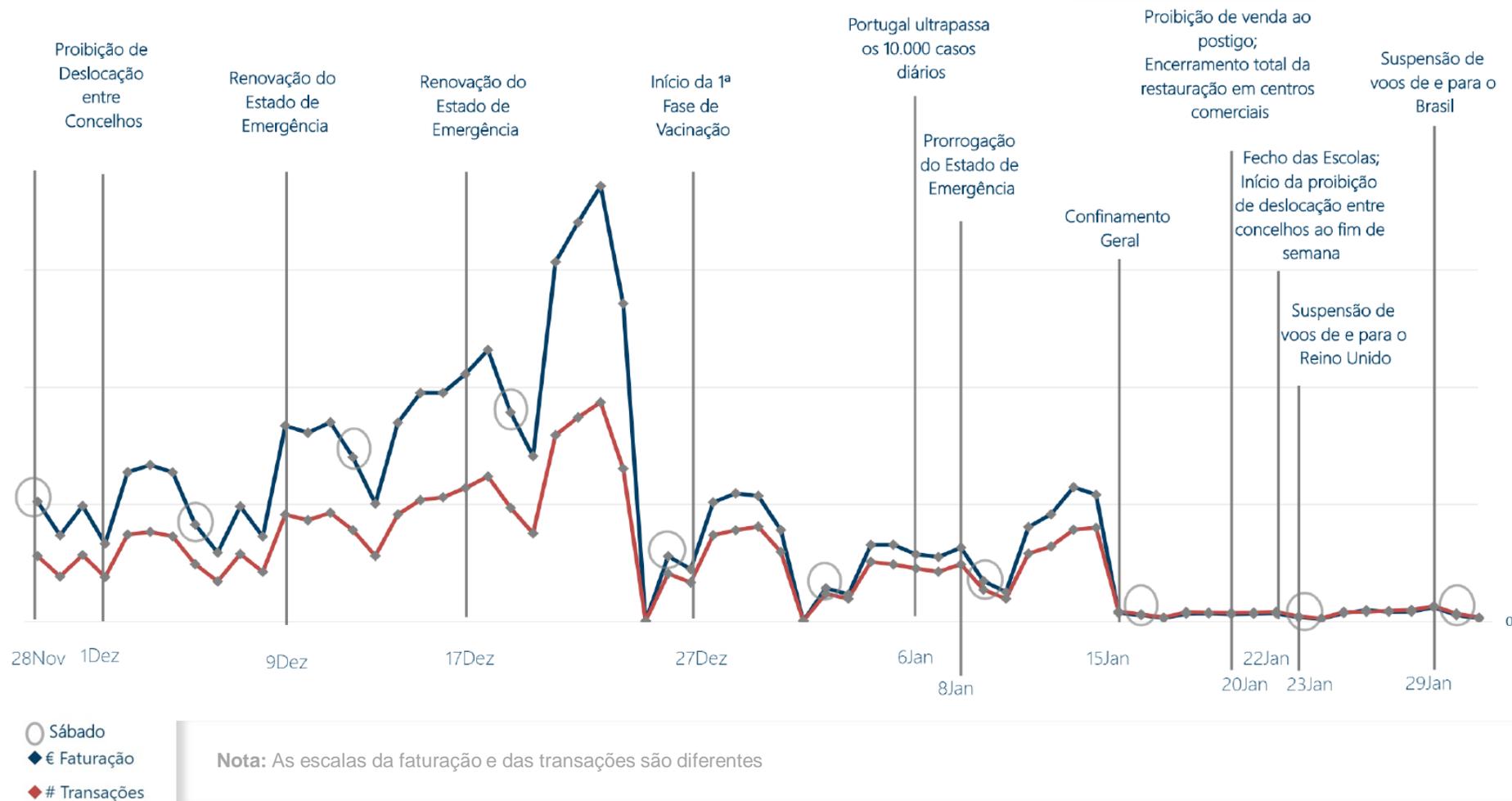
YOY JANEIRO > -53.3%



A prorrogação do Estado de Emergência a 15 de janeiro, com a entrada em vigor de novas medidas, como o dever geral de recolhimento e o encerramento de estabelecimentos de comércio a retalho traduziu-se numa **queda abrupta da atividade de categorias não essenciais como a Moda**. Numa situação idêntica ao 1º Confinamento, os últimos 15 dias do mês de Janeiro foram marcados pelo desaparecimento (quase total) desta atividade.

# ZOOM IN: EVOLUÇÃO DIÁRIA DA FATURAÇÃO E TRANSAÇÕES DAS PERFUMARIAS E COSMÉTICA (28 NOVEMBRO – 31 JANEIRO)

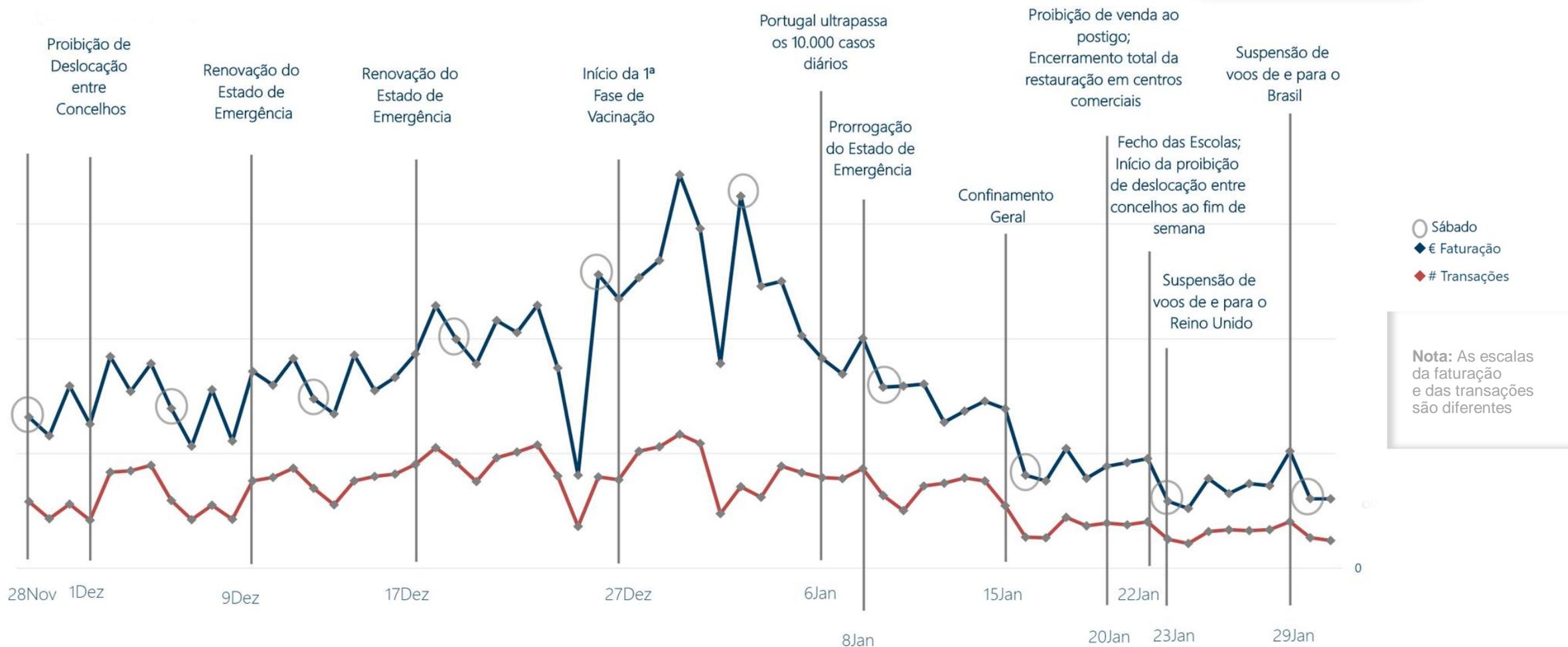
YOY JANEIRO > -49.2%



Depois de um mês de **Dezembro marcado pelo aumento da faturação no período de Natal**, e sendo esta também uma categoria não essencial, **o decretar das novas medidas refletiram-se em quebras colossais com o fecho das perfumarias.**

# ZOOM IN: EVOLUÇÃO DIÁRIA DA FATURAÇÃO E TRANSAÇÕES DA HOTELARIA E ACTIVIDADES TURÍSTICAS (28 NOVEMBRO – 31 JANEIRO)

YOY JANEIRO > -79.9%



# 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**