

REDUNIQ®

Enhanced  
Payment Experience

# REDUNIQ INSIGHTS

O IMPACTO DO  
DESCONFINAMENTO NO  
CONSUMO, UM ANO DEPOIS

14 de Abril 2021

VISA

VISA  
Electron



MasterCard  
SecureCode

VERIFIED  
by VISA



Empowered by

UNICRE

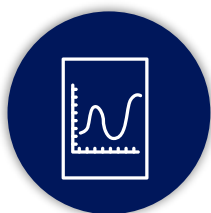
# INTRODUÇÃO



Este relatório olha para o arranque do processo de **“Desconfinamento a Conta Gotas”** (um tempo de desconfinamento algo atípico com as férias da Páscoa), num exercício que encerra a grande complexidade de estabelecer comparabilidades entre a realidade de 2021 e o seu homólogo de 2020.



Ao longo de um ano de **Relatórios REDUNIQ Insights** foi sempre possível comparar períodos novos de um mundo COVID com tempos homólogos pré-Pandemia.



Neste relatório, confrontamo-nos, pela **1ª vez, com o facto do período homólogo do “Desconfinamento a Conta Gotas” que analisamos, ter sido, em 2020, o tempo do 1º Confinamento** – tempos estruturalmente distintos: um de relativa abertura com outro de radical fecho da grande maioria das atividades.

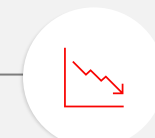
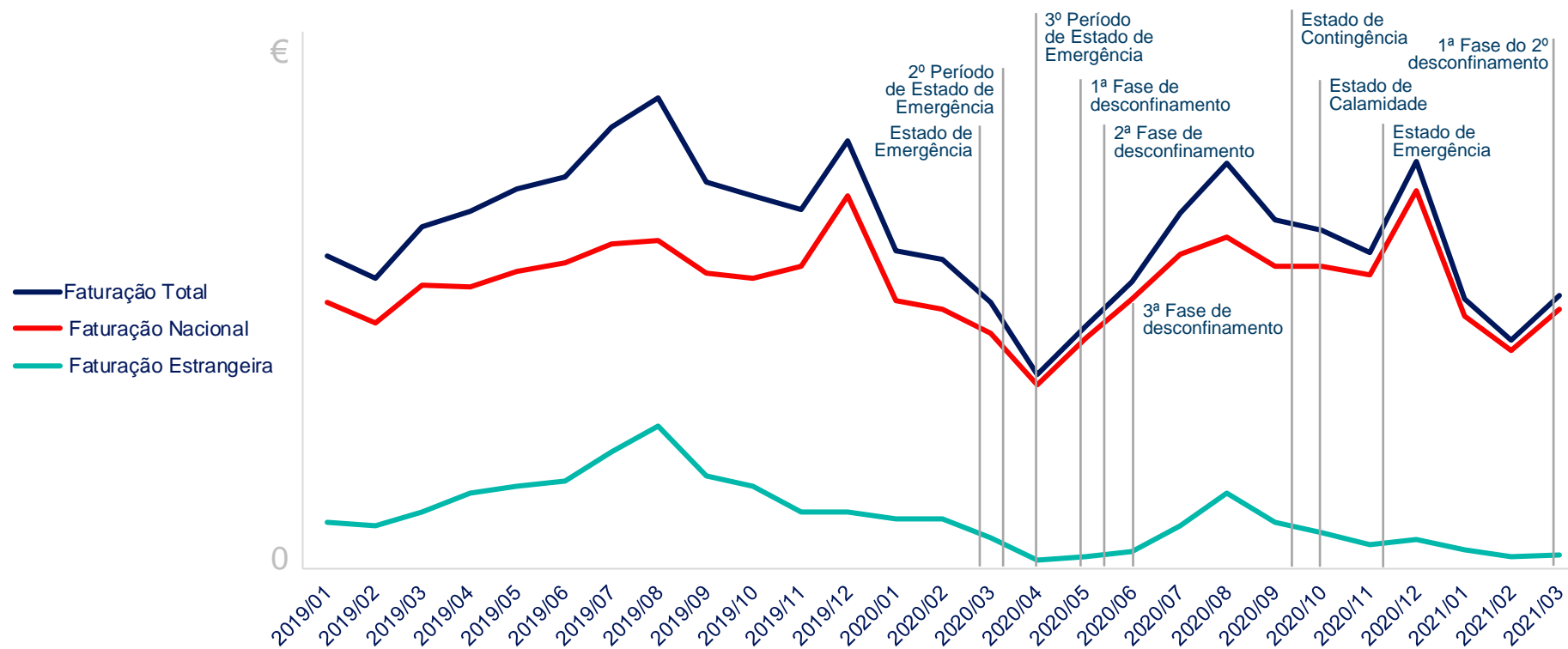


Para mitigarmos este enviesamento **adotamos duas abordagens complementares:** (i) comparamos a realidade de 2021 com a de 2019 (o benchmark de “Normal pré-Pandemia”) e (ii) comparamos o Desconfinamento de 2020 com este que agora vivemos, mesmo sabendo que ocorrem em momentos do ano muito distintos.

## NOTA

Os números deste relatório contemplam o efeito do aumento (ou diminuição) do número de pontos de venda ativos no Sistema REDUNIQ. Assim, esta análise de variação homóloga pode não configurar uma lógica de like-for-like. Os setores 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 setores, o efeito de aumento da faturação decorrente da entrada de novos pontos de venda no sistema REDUNIQ é relativamente baixo no global.

# EVOLUÇÃO DA FATURAÇÃO - 2019, 2020, 2021



O mês de março evidenciou uma **recuperação muito ligeira** face aos números do mês de fevereiro.

Comparando o **consumo nacional** em março de 2021 vs 2019, vemos que este está ainda **8% abaixo** dos níveis Pré-COVID.

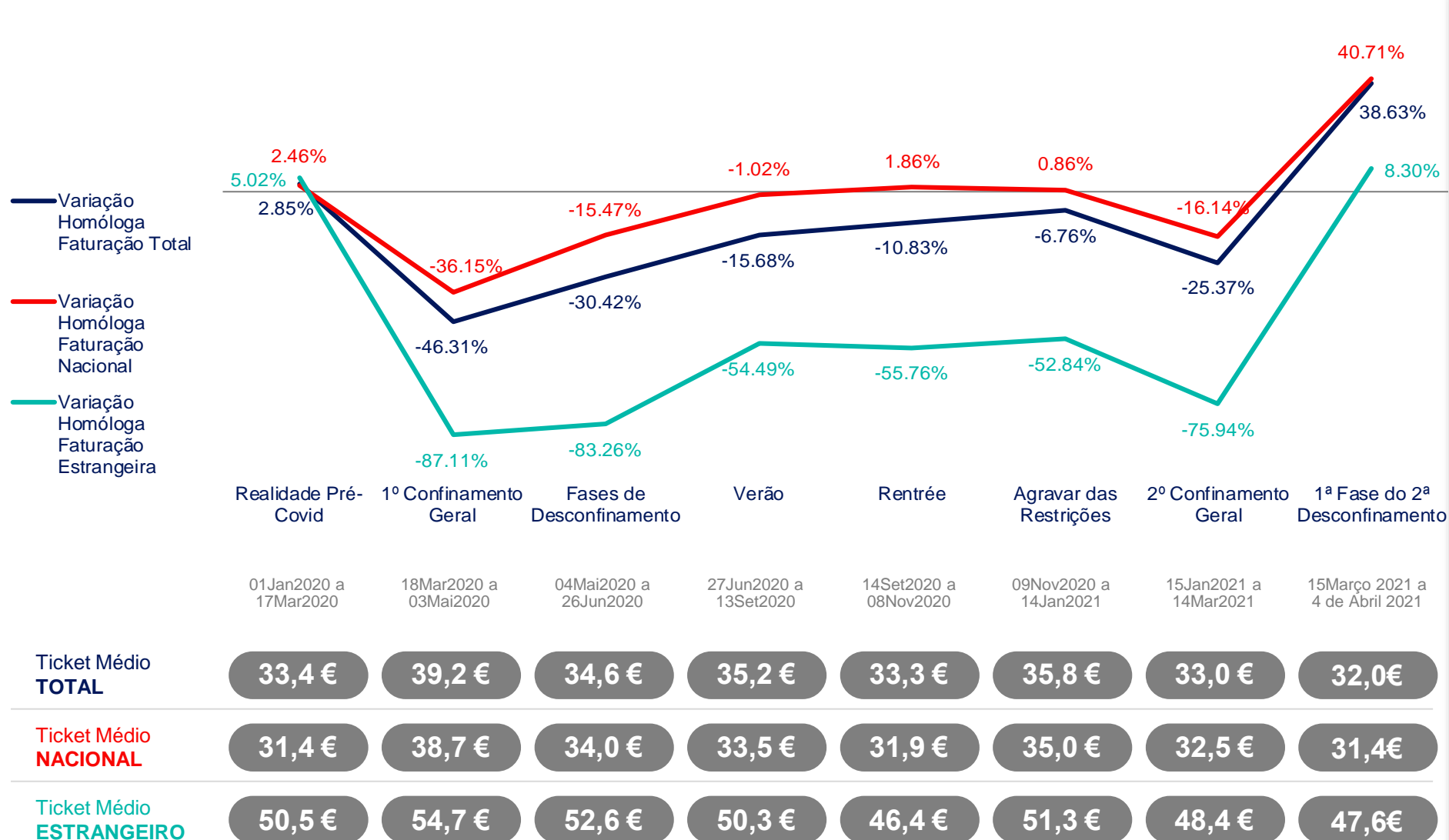
Uma **realidade global** que reflete uma **quebra de 20%** é em grande medida determinada pela ausência de consumo estrangeiro (-76%).

Já numa **comparação com 2020**, o início deste Desconfinamento é pautado por níveis de faturação próximos dos existentes justamente antes da entrada no 1º Confinamento.

**TABELA COM VARIAÇÃO DA FATURAÇÃO** > Comparação com 2019 (realidade pré-COVID)

Faturação	Jan 2020	Feb 2020	Mar 2020	Abr 2020	Mai 2020	Jun 2020	Jul 2020	Ago 2020	Set 2020	Out 2020	Nov 2020	Dez 2020	Jan 2021	Feb 2021	Mar 2021
<b>TOTAL</b>	2%	7%	-22%	-46%	-36%	-27%	-19%	-14%	-10%	-9%	-12%	-5%	-14%	-21%	-20%
<b>NACIONAL</b>	1%	5%	-17%	-35%	-22%	-12%	-3%	1%	3%	4%	-3%	2%	-5%	-12%	-8%
<b>ESTRANGEIRA</b>	9%	16%	-47%	-88%	-86%	-81%	-64%	-47%	-50%	-55%	-59%	-49%	-61%	-75%	-76%

# VARIAÇÃO HOMÓLOGA DA FATURAÇÃO PELOS VÁRIOS PERÍODOS DA PANDÊMIA



**Ticket Médio TOTAL**

33,4 €

39,2 €

34,6 €

35,2 €

33,3 €

35,8 €

33,0 €

32,0€

**Ticket Médio NACIONAL**

31,4 €

38,7 €

34,0 €

33,5 €

31,9 €

35,0 €

32,5 €

31,4€

**Ticket Médio ESTRANGEIRO**

50,5 €

54,7 €

52,6 €

50,3 €

46,4 €

51,3 €

48,4 €

47,6€



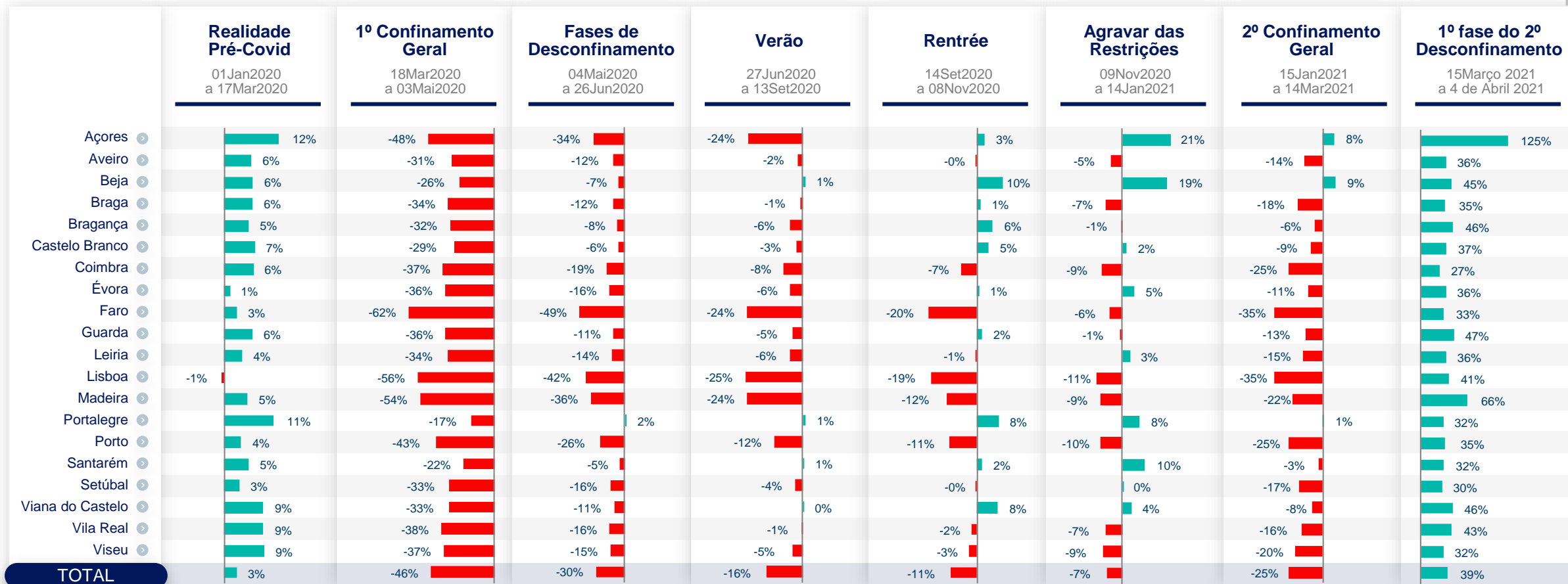
Como deveremos olhar para a realidade de Abril se nos quisermos colocar na **posição dos Retalhistas?**

Comparando a realidade de 2021 com a de 2019 (slide anterior) vivem ainda **quebras de 20%**. Contudo, comparando a realidade de 2021 com a de 2020 percebemos uma inequívoca **melhoria (+41%)**. Em 2021 estamos a desconfinar. Em 2020 estávamos radicalmente confinados.

Naturalmente que comparando com os meses de janeiro e fevereiro (de 2021), em que também vivemos em Confinamento, observa-se um expectável retomar do consumo.

# FATURAÇÃO POR DISTRITOS 2020, 2021

## (EVOLUÇÃO HOMÓLOGA)



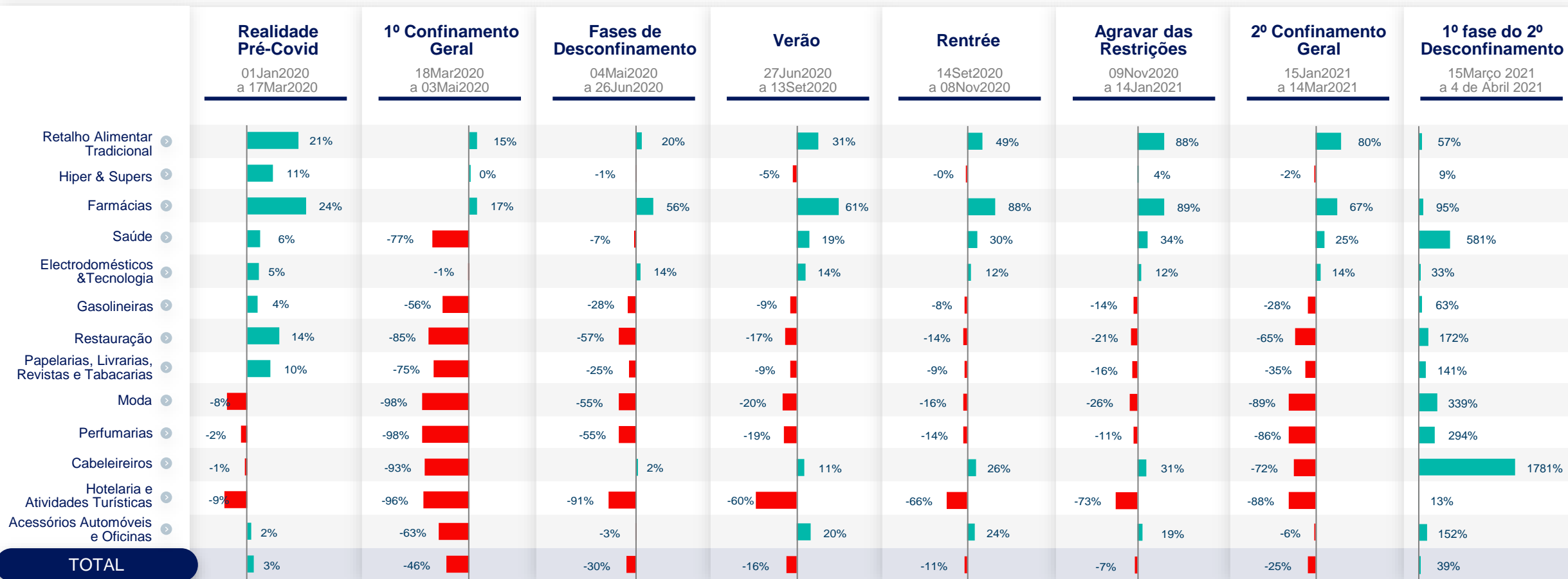
## DESTAQUES

O período de 15 de março a 4 de Abril de 2021 evidencia, naturalmente, números muito melhores do que os homólogos de 2020 (um crescimento face ao homólogo de 40%) de forma transversal a todos os distritos.

Distritos de menor dimensão evidenciam **melhores performances** (realidade que já durante o ano de 2020 tinha sido observada).



# FATURAÇÃO POR CATEGORIAS 2020, 2021 (EVOLUÇÃO HOMÓLOGA)



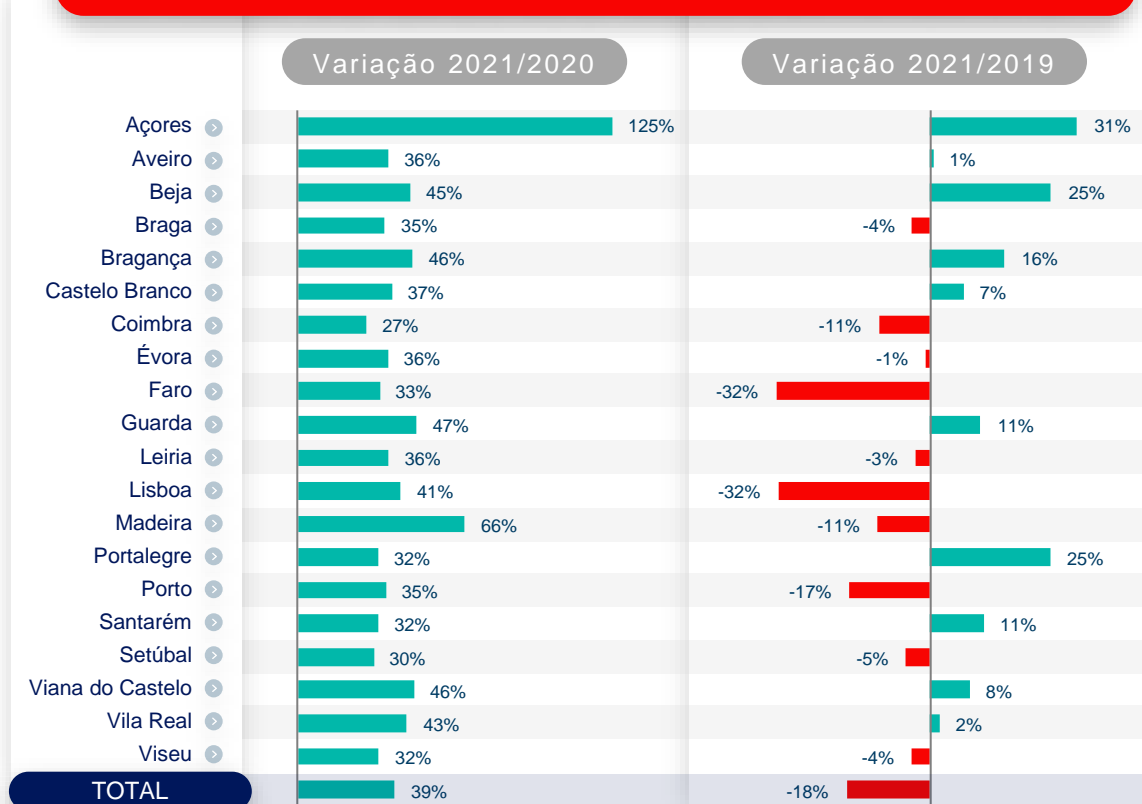
## DESTAQUES

Uma análise setorial face ao homólogo confronta-nos com **números ainda mais “impressionantes”**.

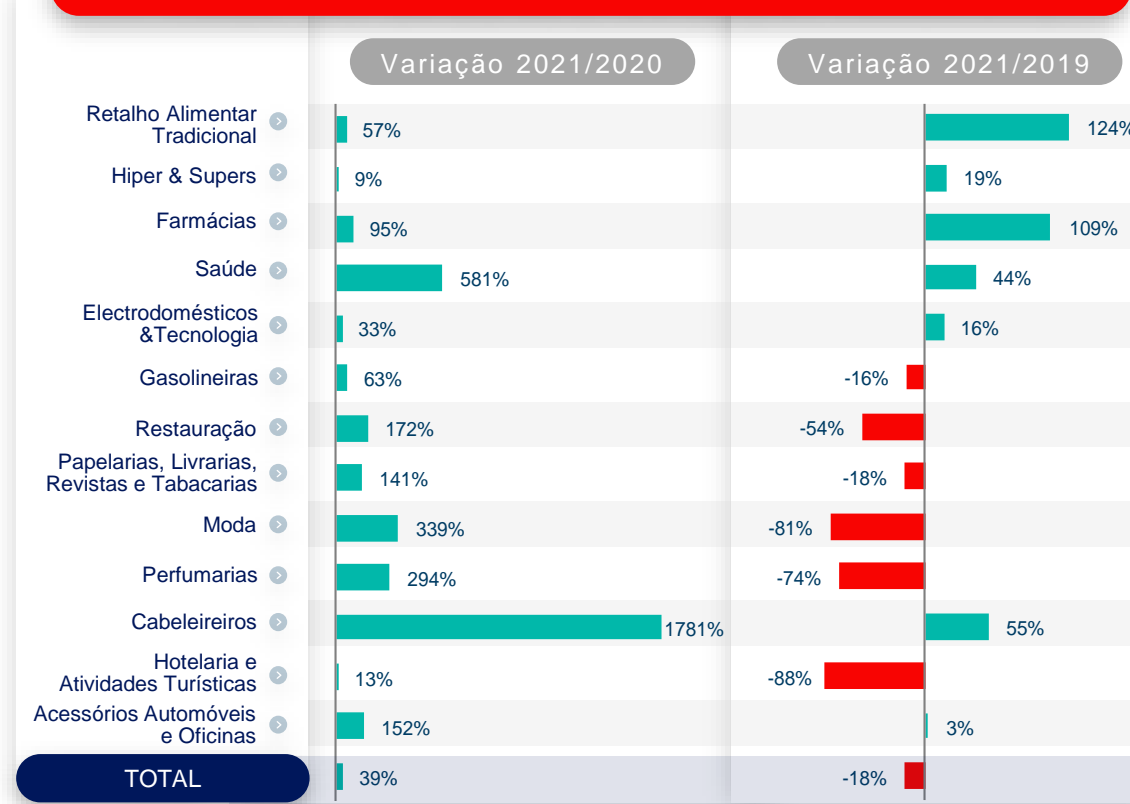
**Crescimentos, face ao homólogo de 2020**, de quase 2000% nos cabeleireiros, 600% na saúde, ou 300% na Moda e Perfumarias, são explicáveis pelo facto de que estas atividades estavam entre 15 de março a 4 de Abril de 2020 objetivamente fechadas, com níveis de faturação praticamente zero!

# FATURAÇÃO POR DISTRITOS E CATEGORIAS 2021 vs 2020 e 2021 vs 2019

## 1ª FASE DO SEGUNDO DESCONFINAMENTO



## 1ª FASE DO SEGUNDO DESCONFINAMENTO



## DESTAQUES

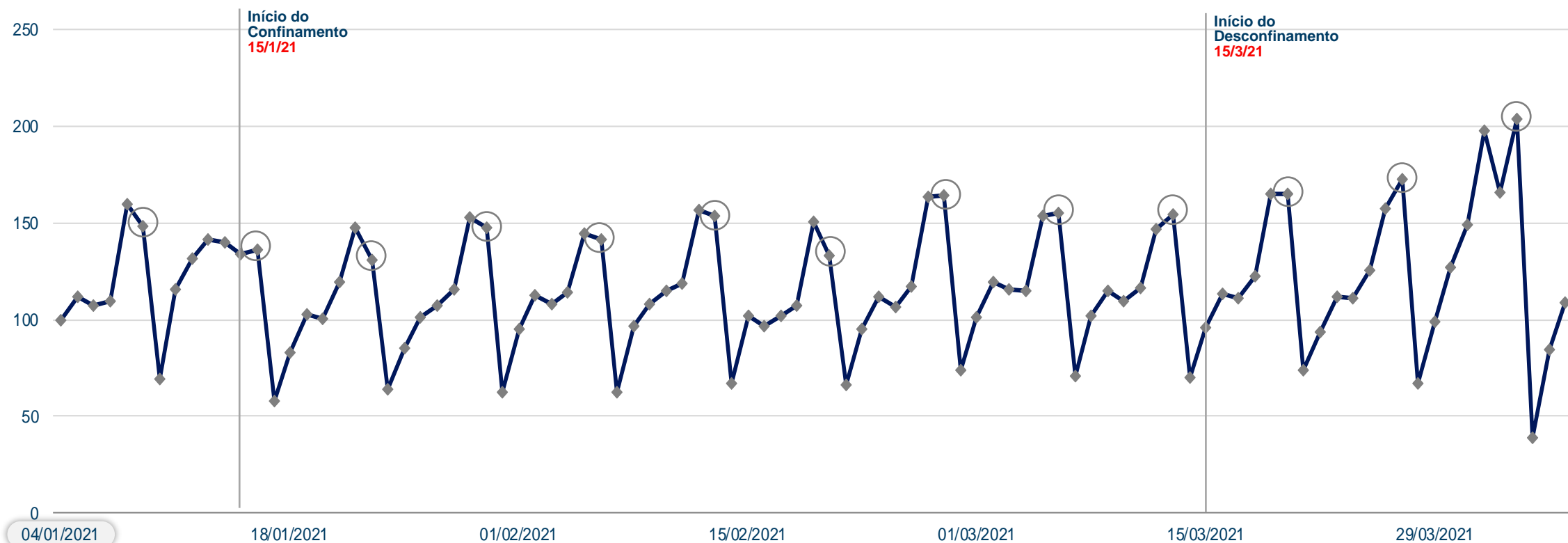
Novamente tentando ter como referência os **níveis de faturação pré-COVID**, de 2019, percebemos uma realidade qualitativamente diferente

Mantêm-se **elevados níveis de perdas nos maiores distritos** e, sobretudo, nos distritos com forte especialização no sector do turismo.

**Distritos menores** mostram em 2021 níveis de faturação **significativamente maiores** – números que são, em parte, justificados pela entrada de novos pontos de venda e, com a evidente transferência de consumo a dinheiro para meios de pagamento eletrónicos.

# ZOOM-IN: EVOLUÇÃO DIÁRIA DA FATURAÇÃO – Retalho Alimentar e Tradicional

## 4 DE JANEIRO – 6 DE ABRIL 2021 (Análise Base 100)



O Retalho Alimentar Tradicional não sofreu com o Confinamento, mas também não cresceu, ao contrário da realidade observada no Confinamento de 2020.

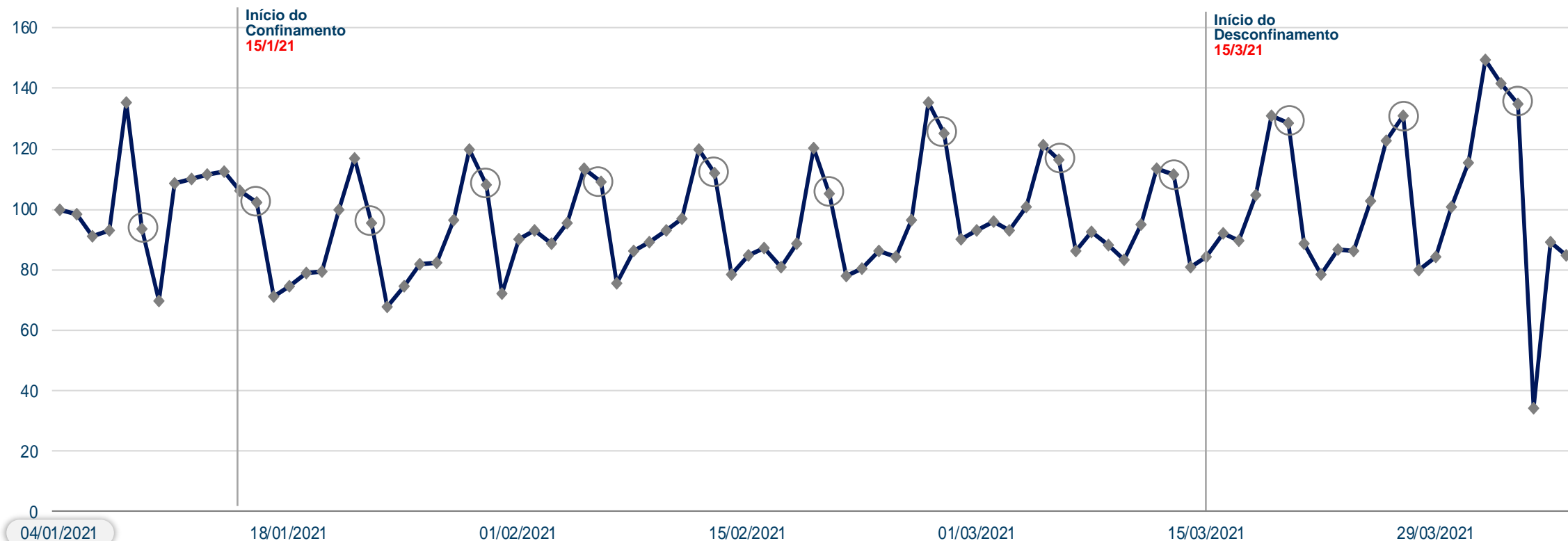
Com o início do Desconfinamento, coincidente com as “férias da Páscoa” observou-se, no fim de Março, um interessante pico de faturação.

○ SÁBADO



# ZOOM-IN: EVOLUÇÃO DIÁRIA DA FATURAÇÃO – Hipers e Supers

## 4 DE JANEIRO – 6 DE ABRIL 2021 (Análise Base 100)



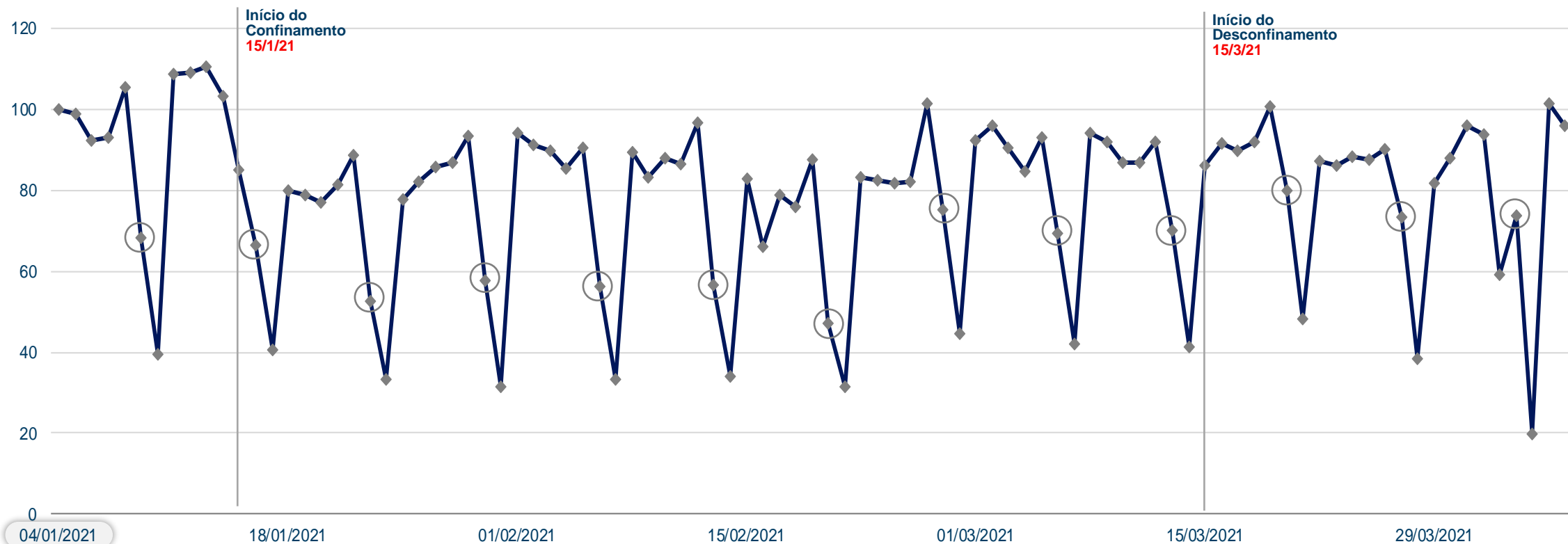
Os Hipers e Supers, mesmo limitados nas categorias passíveis de ser vendidas, evidenciaram uma performance em tudo similar (na morfologia) à do Retalho Alimentar Tradicional.

As diferentes formas de Retalho Alimentar (tradicional e moderno) voltaram a mostrar uma **enorme resiliência** em face da sua criticidade para o modelo de consumo em tempos de Confinamento.

○ SÁBADO

# ZOOM-IN: EVOLUÇÃO DIÁRIA DA FATURAÇÃO – Farmácias

## 4 DE JANEIRO – 6 DE ABRIL 2021 (Análise Base 100)



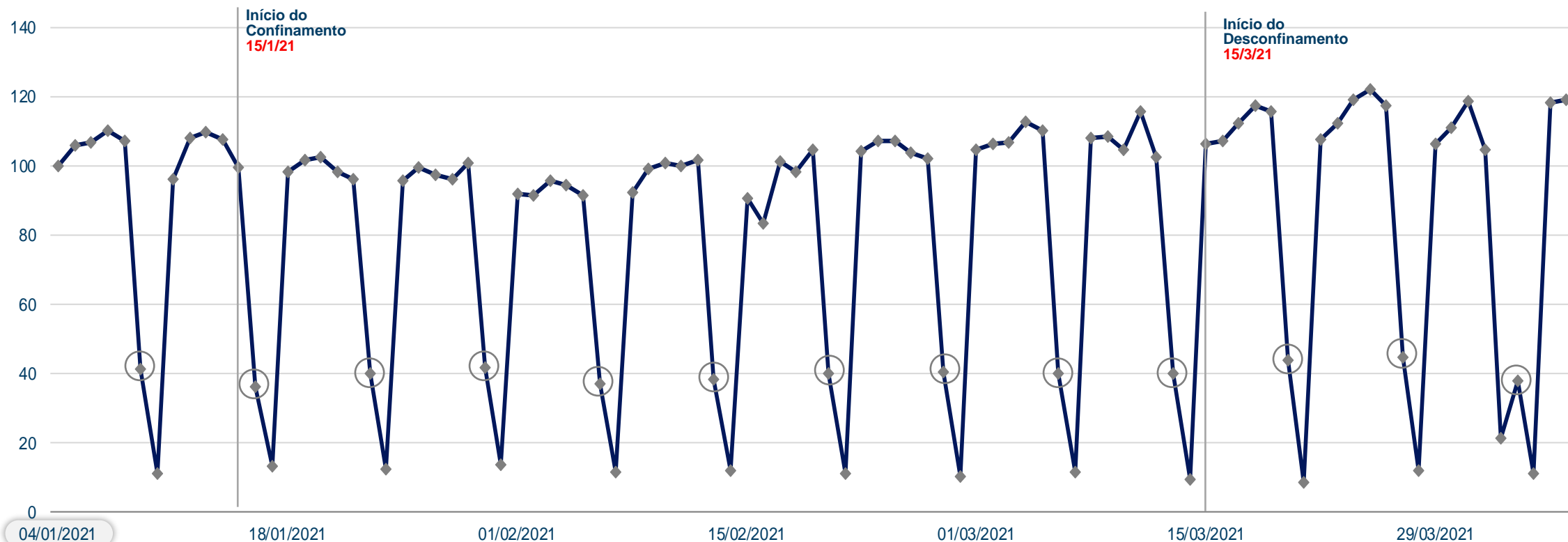
Num evidente paralelo com a realidade observada no Confinamento de 2020, as **Farmácias** mantiveram os seus níveis de performance e as suas sazonalidades.

O **pico observado no arranque de Janeiro** reflete a preparação dos consumidores para a reentrada em Confinamento (num tempo de números críticos em termos de Pandemia).

○ SÁBADO

# ZOOM-IN: EVOLUÇÃO DIÁRIA DA FATURAÇÃO – Saúde

4 DE JANEIRO – 6 DE ABRIL 2021 (Análise Base 100)



**A Saúde** terá sido o setor que evidenciou maiores diferenças de performance entre o Confinamento de 2020 e o de 2021.

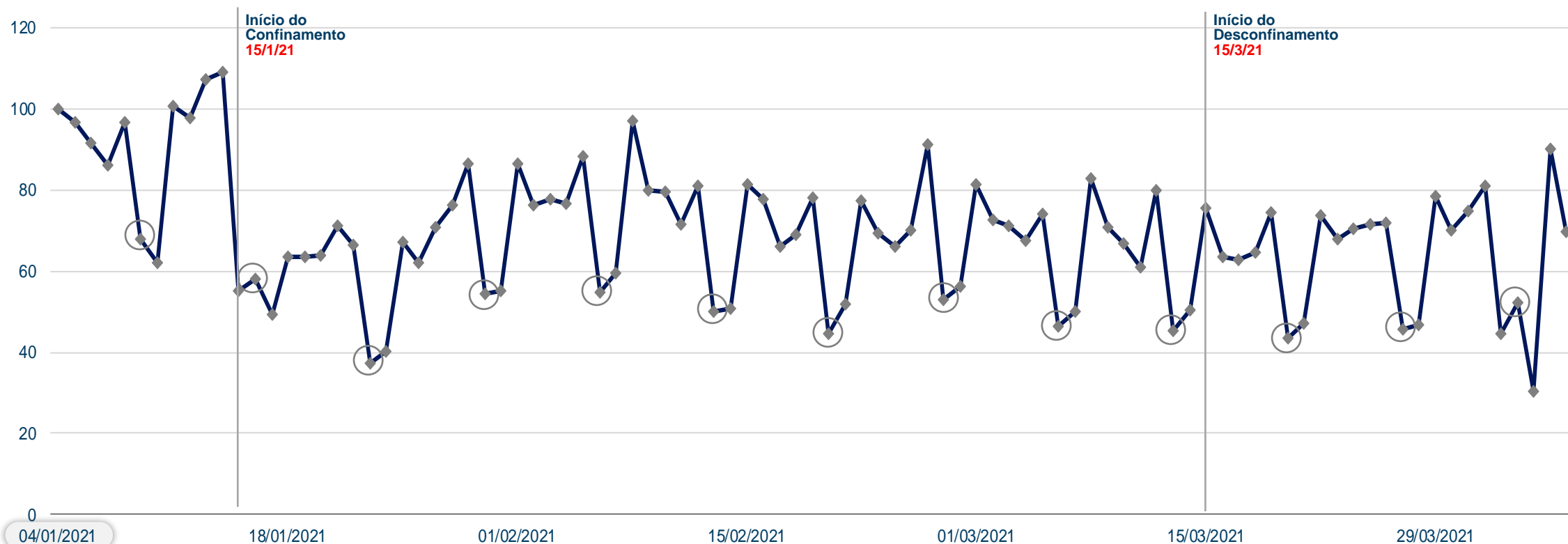
Em 2020, perante o desconhecimento do risco Pandémico os portugueses pura e simplesmente deixaram de ir aos hospitais (quebras de faturação de cerca de 80%)

Já neste novo confinamento, a **normalidade** prevaleceu uma vez que o risco Pandémico está a ser mais bem gerido pela sociedade.

○ SÁBADO

# ZOOM-IN: EVOLUÇÃO DIÁRIA DA FATURAÇÃO – Eletrodomésticos & Tecnologias

## 4 DE JANEIRO – 6 DE ABRIL 2021 (Análise Base 100)



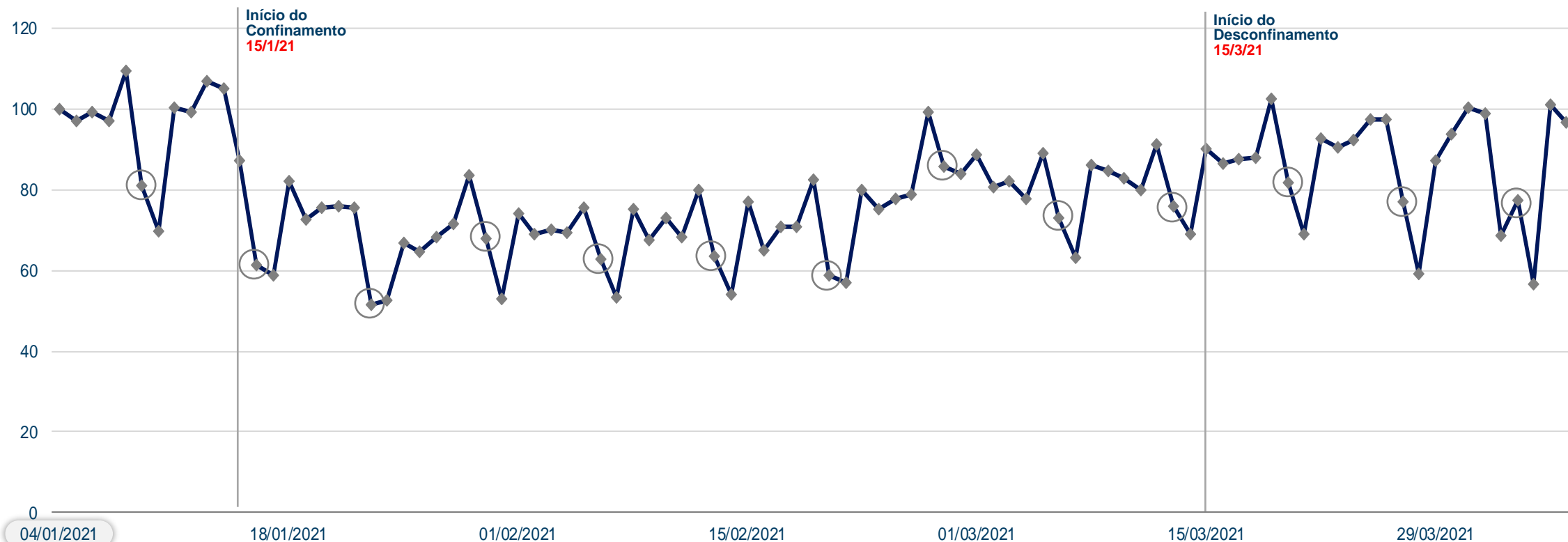
A linha da categoria de **Eletrodomésticos&Tecnologia** mostra uma performance que tem paralelos curiosos com os observados a partir de Março de 2020: um pico reflexo da “preparação” dos consumidores para novos tempos de “tele”, seguido de uma **natural retração** face aos limites de acessos aos pontos de venda.

A reabertura ainda não determinou nenhuma dinâmica expressiva de recuperação.

○ SÁBADO

# ZOOM-IN: EVOLUÇÃO DIÁRIA DA FATURAÇÃO – Gasolineiras

## 4 DE JANEIRO – 6 DE ABRIL 2021 (Análise Base 100)



A performance das **Gasolineiras** é um dos mais interessantes indicadores avançados no nível de confinamento (e desconfinamento) da Economia & Sociedade portuguesas.

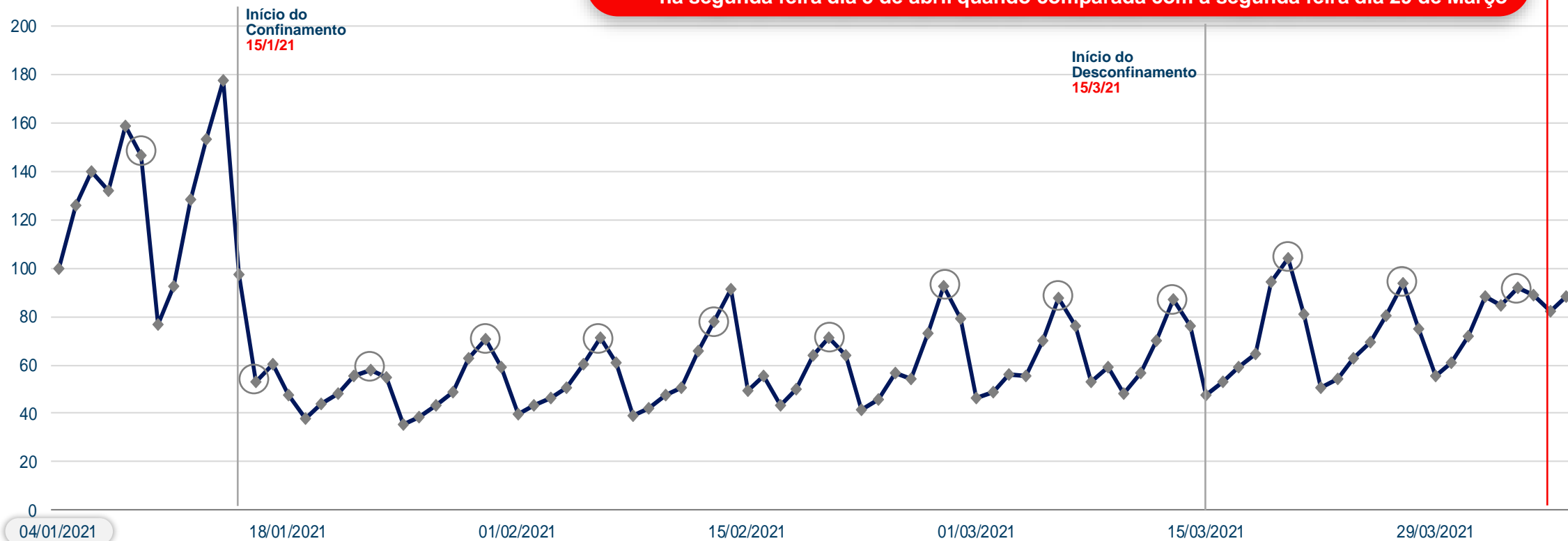
O gráfico evidencia quebras no arranque do novo Confinamento Geral, seguidas de uma estabilização em níveis **entre 20% e 40% abaixo** do arranque de Janeiro, terminando com **evidências da reabertura** (ainda que com obrigações de teletrabalho e de permanência em casa).

○ SÁBADO

# ZOOM-IN: EVOLUÇÃO DIÁRIA DA FATURAÇÃO – Restauração

## 4 DE JANEIRO – 6 DE ABRIL 2021 (Análise Base 100)

Com a reabertura das esplanadas assistimos a um crescimento no volume da restauração de 50% na segunda feira dia 5 de abril quando comparada com a segunda feira dia 29 de Março



Os números da **Restauração** mostram os naturais efeitos de um Confinamento que determinou o encerramento quase total (exceção feita a Takeaway e Delivery) dos pontos de venda.

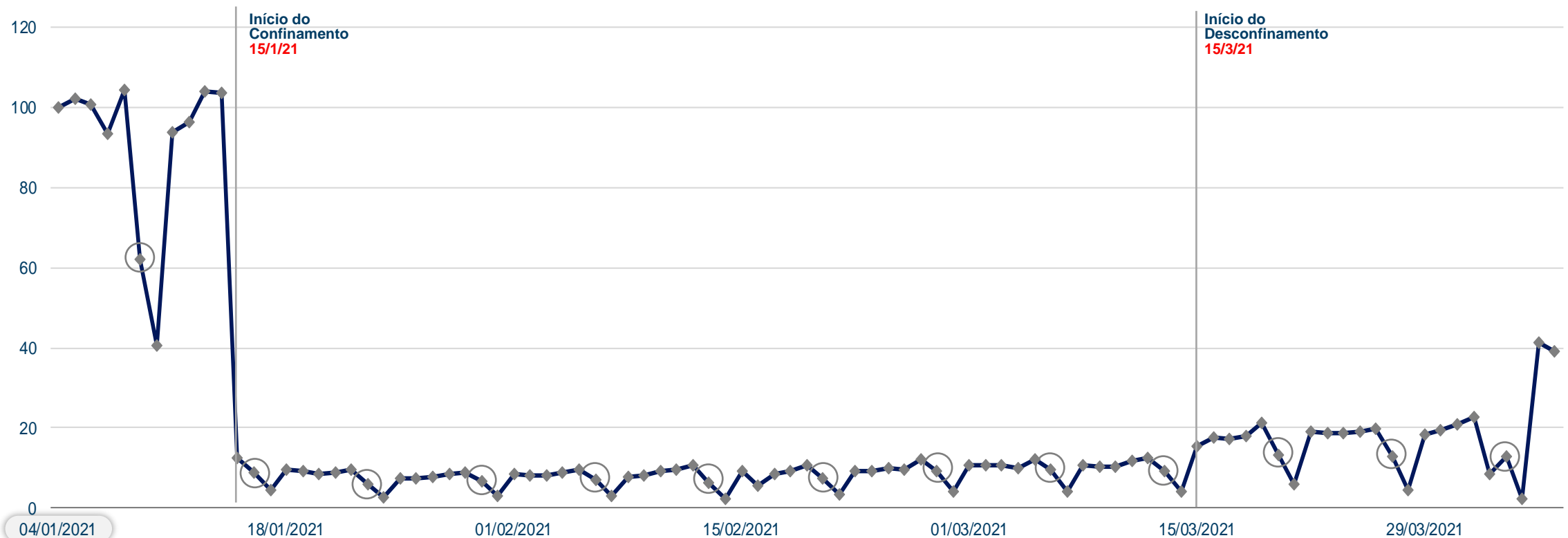
Ainda assim, regista-se um **baseline em Confinamento mais elevado** do que o observado em 2020, reflexo da capacidade de ajustamento dos modelos de negócio dos operadores e da apropriação de novos comportamentos por parte dos consumidores (mais habituados a “usar” os novos canais que lhe são propostos).

○ SÁBADO



# ZOOM-IN: EVOLUÇÃO DIÁRIA DA FATURAÇÃO – Moda

## 4 DE JANEIRO – 6 DE ABRIL 2021 (Análise Base 100)



A **Moda**, objetivamente fechada durante todo o Confinamento Geral voltou a ver os seus níveis de faturação aproximarem-se do zero.

A abertura, ainda que apenas ao postigo, permitiu um **início de recuperação** no final de março. Já no arranque de abril com a abertura das lojas com menos de 200m<sup>2</sup> e porta para a rua, registou-se um pico de crescimento considerável de faturação.

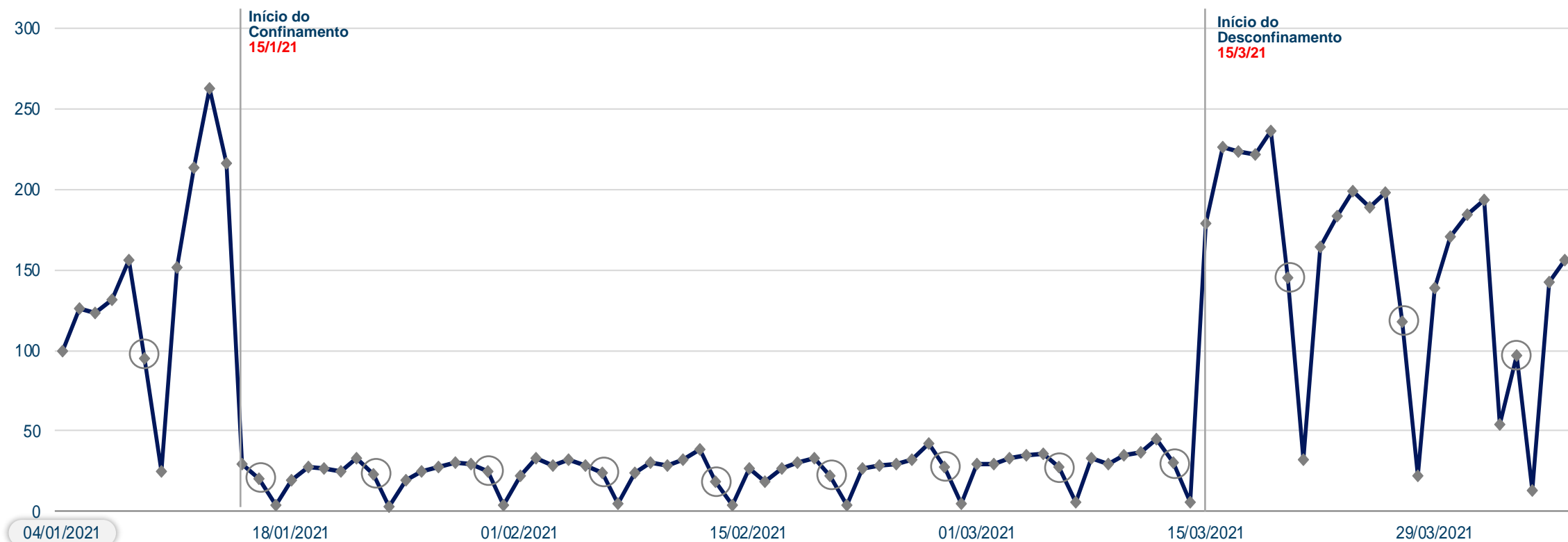
A reabertura dos centros comerciais será, como foi em 2020, a prova dos nove da capacidade de normalização desta categoria (sempre profundamente perdedora em tempos de Confinamento).

○ SÁBADO



# ZOOM-IN: EVOLUÇÃO DIÁRIA DA FATURAÇÃO – Cabeleireiros

## 4 DE JANEIRO – 6 DE ABRIL 2021 (Análise Base 100)



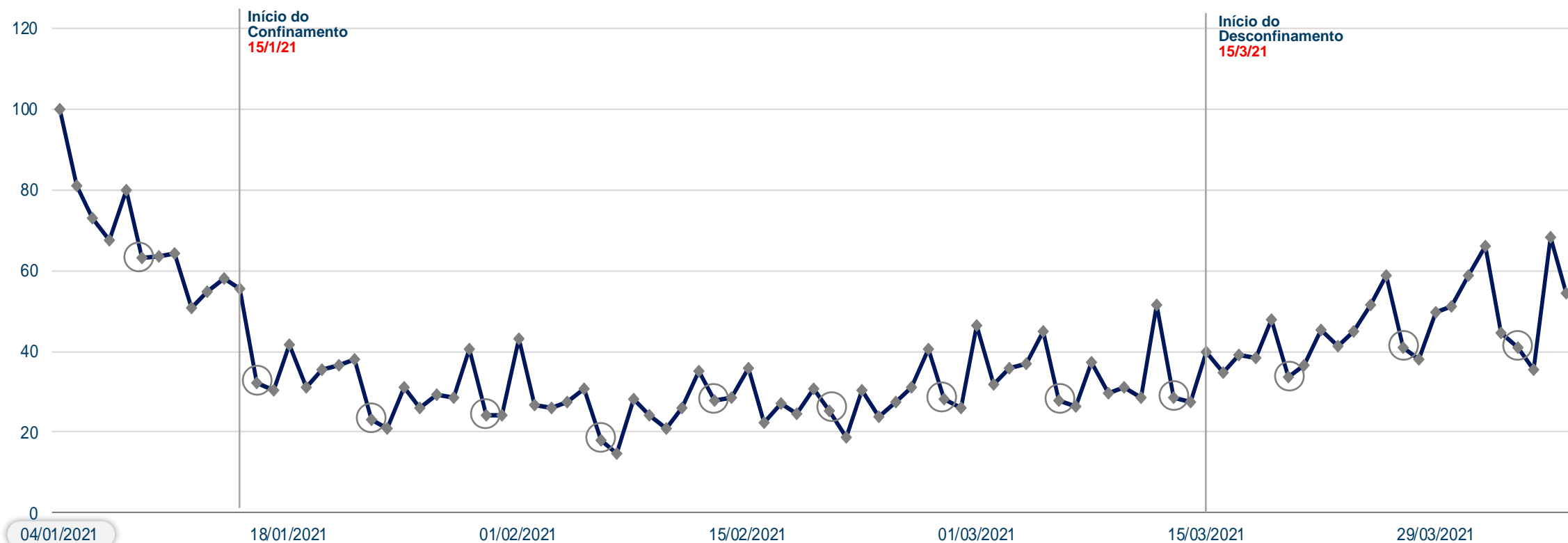
Os **Cabeleireiros**, reabertos na 1ª Fase de Desconfinamento voltaram a mostrar uma impressionante capacidade de recuperação de níveis de faturação observados antes do seu fecho.

Também em 2021 se observou uma espécie de “corrida” aos Cabeleireiros mal tal se tornou possível, reflexo de uma **vontade de normalização** de vidas pessoais, de recuperação de “belezas confinadas”.

○ SÁBADO

# ZOOM-IN: EVOLUÇÃO DIÁRIA DA FATURAÇÃO – Hotelarias e Atividades Turísticas

## 4 DE JANEIRO – 6 DE ABRIL 2021 (Análise Base 100)



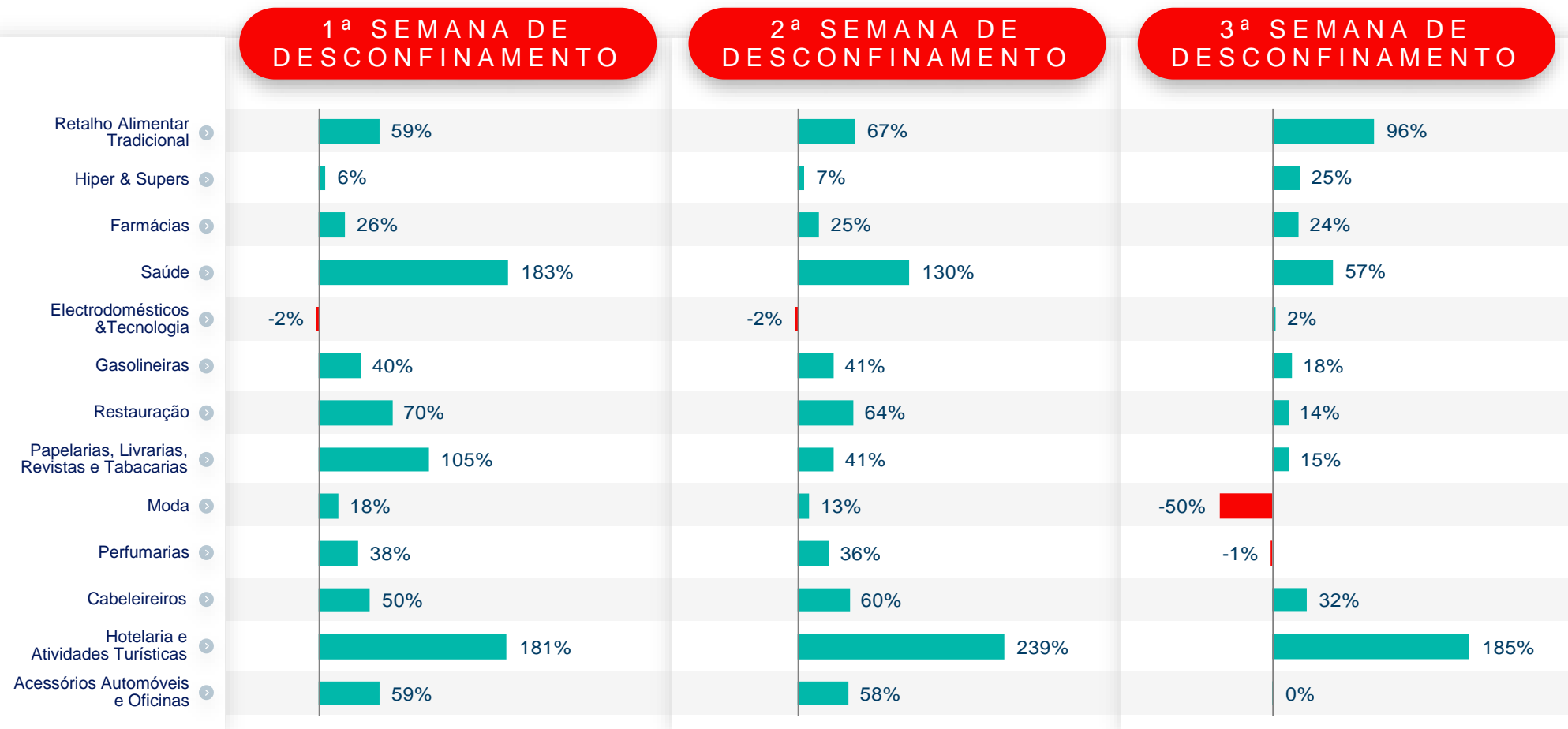
Partindo de um ponto já muito baixo face ao pré-Pandemia, a **Hotelaria** viu com o Confinamento, a reduzida procura que existia desaparecer de forma estrutural.

Com o aproximar da Páscoa e das suas Férias (apesar das limitações de circulação entre concelhos) começou a observar-se **alguma recuperação** (ainda muito insípida).

○ SÁBADO

# DESCONFINAMENTO MARÇO 2021 VS MAIO 2020 – POR CATEGORIA

## ANÁLISE DE FATURAÇÃO



Comparando desconfinamentos, resulta claro que as quebras neste 2º Confinamento foram menores e que a performance de faturação ao fim de 3 semanas de “reabertura” é genericamente melhor para quase todas as categorias.

Após o início do Desconfinamento, o consumo está substantivamente melhor em 2021 do que estava em Maio de 2020. A sociedade normalizou com uma nova vida num Mundo –COVID.

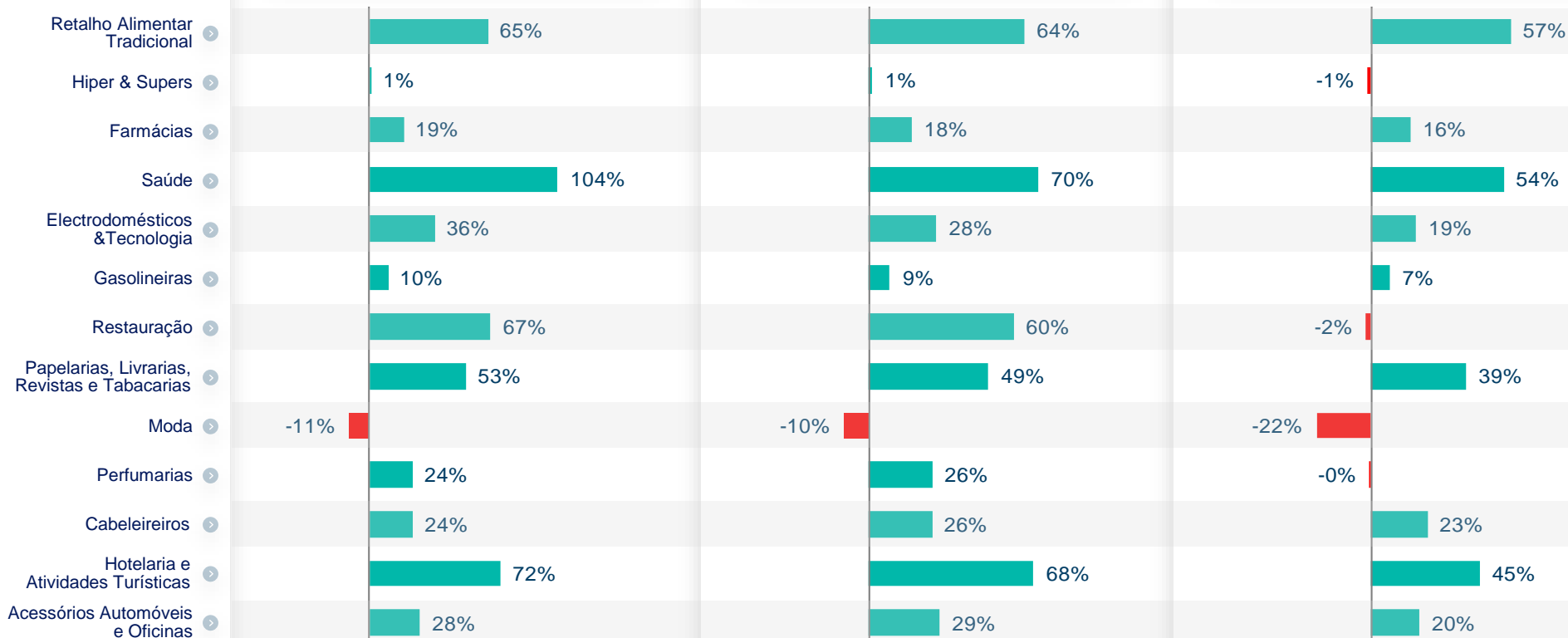
# DESCONFINAMENTO MARÇO 2021 VS MAIO 2020 – POR CATEGORIA

## ANÁLISE DE PONTOS DE VENDA ATIVOS

### 1ª SEMANA DE DESCONFINAMENTO

### 2ª SEMANA DE DESCONFINAMENTO

### 3ª SEMANA DE DESCONFINAMENTO

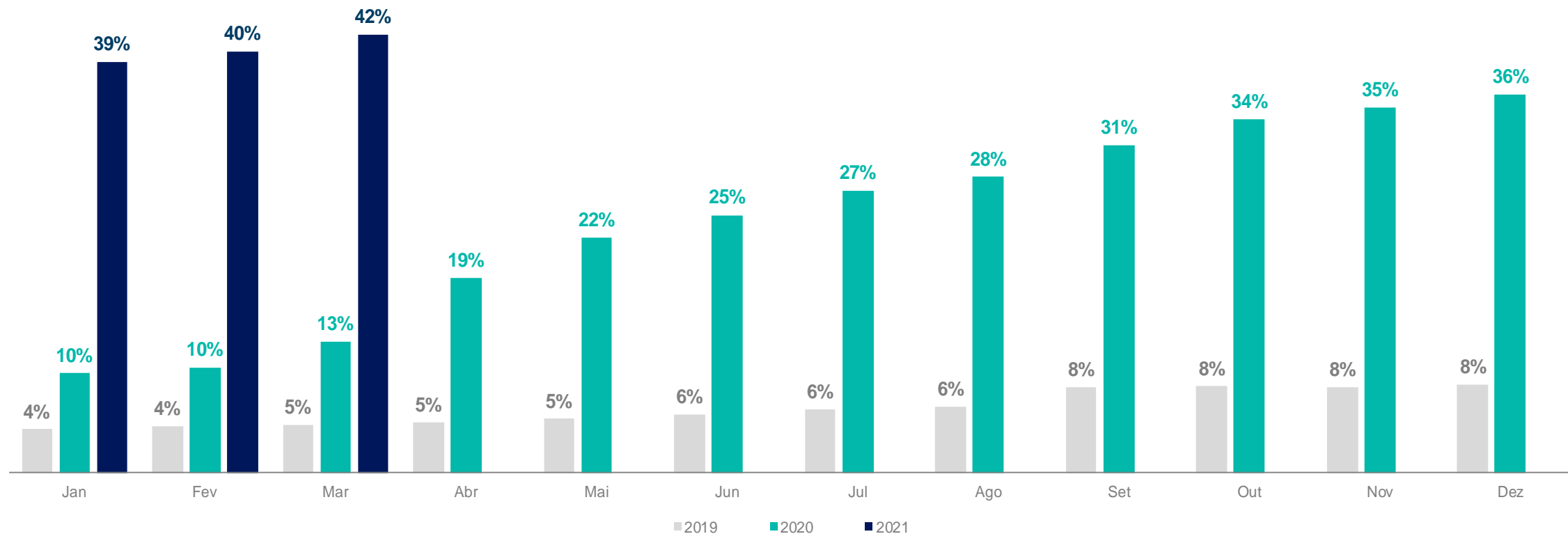


Comparando as semanas de desconfinamento de 2021 (14 a 20 Março, 21 a 27 Março e 28 Março a 3 Abril 2021) com 2020 (3 a 9 Maio, 10 a 16 Maio e 17 a 23 Maio 2020), todos os setores à exceção da moda, registaram um maior número de pontos de venda a faturar no ano corrente do que no ano passado.



# FATURAÇÃO CONTACTLESS – EVOLUÇÃO HOMÓLOGA 2019, 2020 E 2021

## PESO DA FATURAÇÃO CONTACTLESS NO TOTAL DA FATURAÇÃO



O **Contactless** continua a aumentar a sua penetração de forma sustentada, tendo ultrapassado no 1º Trimestre de 2021 (em Confinamento) o patamar dos **40%** (4x mais do que no período homólogo de 2020 e cerca de **10x mais** do que em 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**