**REDUNIQ Brief Insights**

**Black Friday com faturação abaixo dos valores registados em pré-pandemia**

* **Em comparação com os valores registados em 2019, a faturação da Black Friday deste ano ficou 8,4% abaixo.**
* **Em contrapartida, as transações *contactless* neste período alcançaram 69,1% do total de transações físicas, face aos 16,4% em 2019 e 53,1% em 2020.**

**Lisboa, 2 de dezembro de 2021 –** A [REDUNIQ](https://www.reduniq.pt/), a maior rede nacional de aceitação de cartões nacionais e estrangeiros e marca da UNICRE, acaba de divulgar os dados mais recentes sobre a faturação alcançada na Black Friday de 2021, em comparação com os valores alcançados em 2019, em período pré-pandemia.

De acordo com o *acquirer* português, em comparação com a faturação da Black Friday de 2019, a última sexta-feira ficou 8,4% abaixo dos valores registados em igual período de há dois anos. Paralelamente, no último fim de semana, os negócios também não conseguiram superar os valores alcançados em 2019, ficando 0,5% abaixo. No entanto, no total da semana que inclui a Black Friday, 2021 registou mais 11% de faturação do que em 2019, dados que, segundo Tiago Oom, Diretor da REDUNIQ, *“nota-se que este ano não houve uma Black Friday, foi mais uma Black Week, dado que as promoções começam logo no início da semana. Com esta alteração passou a haver uma distribuição mais forte pelos restantes dias da semana”.*

Já ao nível do número de transações, o presente ano registou um crescimento face a 2019 – 7,7% na sexta-feira de Black Friday; 14,2% no fim de semana; e 24,4% na semana. Tiago Oom comenta: *“Estes resultados permitem concluir que, apesar de gastarem menos, os portugueses realizaram, em média, mais compras, levando o preço médio por compra a diminuir de 45,69€ para 38,87€ no dia da Black Friday”.*

Os setores com maior impacto na Black Friday foram os Eletrodomésticos & Tecnologia, a Moda, as Papelarias/Livrarias e as Perfumarias, que registaram um crescimento face à média das sextas-feiras de novembro acima dos 100%, assim como face aos restantes dias do mês. No entanto, estes setores apresentaram uma performance negativa face à Black Friday de 2019, com quebras superiores a 30%. Dentro do setor da moda, a categoria com melhor desempenho foram as Sapatarias, que em comparação com a Black Friday de 2019, registaram uma quebra de apenas 12%.

Numa análise mais cirúrgica, os únicos horários que registaram um crescimento de faturação face a 2019 foram os 00h-01h, 08h-09h, 17h-18h e 18h-19h, com a 00h a alcançar um crescimento de 185%. O pico de faturação em 2019 e 2020 aconteceu entre as 16h-17h, e em 2021, entre as 17h-18h, representando este horário um peso de 8,8%, no total do dia. Já o pico de número de consumidores ocorreu entre as 18h e as 19h nos três anos, representando, em 2021, um peso de 8,9%. Adicionalmente, um terço da faturação total gerada na Black Friday de 2021 ocorreu entre as 15h e as 19h.

Por sua vez, o peso do número de transações via *contactless* na Black Friday foi de 16,4% em 2019, 53,1% em 2020 e 69,1% em 2021. Já em termos de faturação através deste meio de pagamento, registou-se um crescimento de 574,9% face a 2019.

Os dados recolhidos têm como base o [REDUNIQ Insights](https://www.reduniq.pt/reduniq-insights/), a solução de conhecimento que analisa as transações registadas pela rede de aceitação de pagamentos da REDUNIQ.

**Sobre a UNICRE:**

A UNICRE é uma instituição portuguesa que atua no setor financeiro, especialista na gestão, emissão e disponibilização de soluções de pagamento, cartões de pagamento e crédito ao consumo. Com uma experiência de 47 anos, detém a marca UNIBANCO, responsável pela emissão de cartões de crédito, cartões pré-pagos, cartões refeição, crédito pessoal e crédito consolidado, e a marca REDUNIQ, que disponibiliza soluções de aceitação de pagamentos para loja física ou comércio *online.*

**Sobre o REDUNIQ Insights:**

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

**Para mais informações, contacte:**

Lift Consulting

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

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